

**IMAGOLOGI POLITIK: KOMUNIKASI POLITIK HENDRAR PRIHADI
DI MEDIA SOSIAL DALAM MEMBANGUN CITRA SEBAGAI
PEMIMPIN POPULIS**

Skripsi

**Pogram Sarjana (S-1)
Jurusan Ilmu Politik**



Oleh:

Novandhea Putri Rizkia

1806016062

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

2022

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 5 (lima) eksemplar

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

UIN Walisongo Semarang

Di Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah mempertimbangkan aspek Akademis dan Administratif dilanjutkan dengan membaca, mengadakan koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa Skripsi dari Mahasiswi :

Nama : Novandhea Putri Rizkia

NIM : 1806016062

Jurusan : Ilmu Politik

Judul : Imagologi Politik: Komunikasi Politik Hendrar Prihadi di Media Sosial Dalam Membangun Citra Sebagai Pemimpin Populis

Dengan ini telah saya setuju dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Semarang, 6 Juni 2022

Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Muhammad Mahsun', with a horizontal line underneath.

Muhammad Mahsun, M.A

SKRIPSI
IMAGOLOGI POLITIK: KOMUNIKASI POLITIK HENDRAR PRIHADI DI MEDIA SOSIAL
DALAM MEMBANGUN CITRA SEBAGAI PEMIMPIN POPULIS

Disusun Oleh :
Novandhea Putri Rizkia
1806016062

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi
pada tanggal 23 Juni 2022 dan dinyatakan lulus.

Susunan Dewan Penguji



Dr. Tokhatul Khoir, M.Ag

Penguji I

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke.

Dr. Nur Syamsuddin, M.A

Sekretaris

A handwritten signature in black ink, featuring a prominent vertical stroke and a sweeping horizontal line.

Muhammad Mahsun, M.A

Penguji II

A handwritten signature in black ink, characterized by a large, sweeping loop and a long horizontal stroke.

Moh Yamin Darsyah, M.Si

Pembimbing I

A handwritten signature in black ink, identical to the one used for the Secretary position.

Muhammad Mahsun, M.A

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi atau lembaga pendidikan yang lainnya. Hasil pengetahuan yang didapatkan dari hasil penerbitan atau yang belum atau tidak diterbitkan, adapun sumbernya dijelaskan di dalam tulisan melalui *bodynote* dan daftar pustaka.

Semarang, 6 Juni 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Novandhea' with a stylized flourish below it.

Novandhea Putri Rizkia

NIM 1806016062

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Imagologi Politik: Komunikasi Politik Hendrar Prihadi di Media Sosial Dalam Membangun Citra Sebagai Pemimpin Populis". Shalawat serta salam tak lupa penulis panjatkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW yang telah membawa umatnya menjadi umat yang berakhlakul karimah.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat guna mendapatkan gelar Sarjana Sosial pada Program Studi Ilmu Politik S1 (S.Sos) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan rasa syukur atas rahmat dan karunia Allah SWT dan berbagai pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan moril maupun materil, baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap penulis dalam proses menyelesaikan skripsi ini sampai selesai. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Yang terhormat Rektor UIN Walisongo Semarang Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag. selaku penanggung jawab penuh terhadap kegiatan belajar mengajar di lingkungan UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. Hj. Misbah Zulfa Elizabeth, M.Hum. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang yang telah merestui dan mendukung penuh pembuatan skripsi ini.
3. Dr. Nur Syamsudin, M.A. dan Muhammad Mahsun, M.A. selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan pengarahan dan nasehat dalam proses pelaksanaan perkuliahan.
4. Muhammad Mahsun, M.A selaku Dosen Pembimbing yang dengan tulus dan sabar meluangkan banyak waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ahwan Fanani. selaku wali dosen yang telah memberikan pengarahan dan nasihat selama perkuliahan.
6. Bapak Ibu Dosen pengajar di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang, yang telah memberikan berbagai pengetahuan dan pengalaman sehingga penulis mendapatkan ilmu pengetahuan yang bermanfaat.
7. Seluruh Staf Administrasi dan Civitas Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang.
8. Seluruh Informan yang telah mengizinkan dan menerima penulis dengan baik untuk melakukan penelitian, sehingga penulis memperoleh data-data yang dibutuhkan dalam penulisan skripsi ini
9. Teristimewa kedua orang tua saya Bapak Dwi Sony Purbasantoso dan Ibu Nur Farida Yuliani. Yang telah mencurahkan segala cinta, kasih sayang, doa, nasihat, motivasi, kesabaran, dan pengorbanan dalam hal moril maupun materil, kepada penulis tiada henti dan lelah sehingga penulis dapat tumbuh dan menyelesaikan skripsi ini. Semoga mereka selalu diberikan kesehatan dan rezeki yang berkah barokah. Amin Ya Robbalalamin.

10. Adik penulis tersayang, Najwa Putri Amalia terima kasih atas segala doa, dukungan, tenaga dan kelucuannya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Tiara Candra Wijayanti, Fitri Maesaroh, Ahmad Fauzan, M. Farel Ilham Martaseno, Yashinta Mona Amalia, Yessy Felesiyanto dan Salsabila Ubaidifa yang telah berkontribusi dalam membantu, mendukung, mendoakan, mengingatkan, dan memberi semangat pada penulis sehingga memudahkan penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
12. Teman-teman seperjuangan Ilmu Politik angkatan 2018, khususnya Ilmu Politik B. Terima kasih untuk kebersamaannya selama perkuliahan, semoga kalian juga selalu baik baik saja dan ditunggu kesuksesannya.
13. Teman-teman KKN MIT DR 12 Kelompok 04. Terimakasih atas kebersamaan dan kerjasamanya selama KKN semoga pertemanan ini tidak berhenti disini.
14. Serta rekan-rekan saya AE00NG SQUAD yang telah memberi motivasi, penulis ucapkan terima kasih sebanyak banyaknya.

Dengan segala kerendahan hati dan ucapan syukur, penulis mengucapkan terima kasih dan memanjatkan doa semoga apa yang diberikan kepada penulis akan mendapatkan balasan yang jauh lebih baik dan berlimpah dari Allah SWT dan diterima sebagai amal sholeh. Dalam proses penulisan ini tidak luput dari kekurangan dan kekhilafan, meskipun dalam proses penulisan skripsi ini penulis berusaha semaksimal mungkin. Untuk itu kritik dan saran sangat diharapkan penulis demi kesempurnaan skripsi ini. Yang mana pada akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna, khususnya untuk penulis dan untuk para pembaca pada umumnya.

Semarang, 6 Juni 2022
Penulis

Novandhea Putri Rizkia
NIM 1806016062

PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan kepada :

Kedua orang tua tercinta **Dwi Sony Purbasantoso** dan **Nur Farida Yuliani** yang telah menjadi motivator terhebat saya, membesarkan saya, mendidik saya, mendukung saya, menuntun serta menunjukkan setiap proses langkah saya dengan sabar dan senantiasa selalu mendoakan hal-hal yang baik untuk saya dan kesuksesan saya.

Almamater saya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UIN Walisongo Semarang

MOTTO

بَلَىٰ إِن تَصْبِرُوا وَتَتَّقُوا وَيَأْتُوكُم مِّن فَوْرِهِمْ هَذَا يُمِدِّكُمْ رَبُّكُمْ بِخَمْسَةِ آلْفٍ مِّنَ الْمَلَائِكَةِ مُتَوَمِّينَ

Artinya: "Ya (cukup), jika kamu bersabar dan bersiap-siaga, dan mereka datang menyerang kamu dengan seketika itu juga, niscaya Allah menolong kamu dengan lima ribu Malaikat yang memakai tanda."

-QS. Ali 'Imran: 125-

Being thankful or giving thanks is one of keys to be happy

-Mark Lee-

ABSTRAK

Kajian ini berfokus mengenai bagaimana strategi komunikasi politik yang digunakan Hendrar Prihadi di media sosial Instagram dan Twitter, yang mana strategi komunikasi tersebut dilakukan untuk membangun citra politik sebagai pemimpin populis. Selain itu, studi ini mengkaji topik-topik yang diusung oleh Hendrar Prihadi di dalam membangun komunikasi politik yang mencitrakan diri sebagai pemimpin populis.

Pertanyaan penelitian diatas dijawab dengan menggunakan teori Komunikasi Politik di Ruang Virtual, Imagologi Politik, dan Populisme (Pemimpin Populis). Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yang mengedepankan penggalian data berbasis kombinasi *pure research* virtual dan non virtual berupa wawancara dan dokumentasi yang diambil dari konten-konten yang diposting dalam media sosial Hendrar Prihadi. Sedangkan pendekatan penelitian ini menggunakan studi kasus yaitu kasus tentang komunikasi politik Hendrar Prihadi di media sosial dalam membangun citra sebagai pemimpin populis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hendrar Prihadi termasuk pemimpin populisme rasional yang ditampilkan dalam dua gaya komunikasi politik. Pertama, dalam bentuk *Self-promotion* dengan menampilkan prestasi dan pencapaiannya untuk mendapatkan persepsi dari khalayak sebagai seorang pemimpin yang kompeten dan telah membawa keberhasilan. Kedua dalam bentuk *Ingratiation* dengan menyampaikan pesan-pesan dalam komunikasinya di media sosial sebagai pemimpin yang baik yang mana hal tersebut dilakukan dengan memberikan bantuan-bantuan atau santunan kepada rakyatnya. Dalam memanfaatkan media sosial, Hendrar Prihadi menggunakan beberapa langkah yaitu memahami khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, serta memilih dan memilah media. Ada banyak topik, namun ada tiga topik besar yang sering digunakan Hendrar Prihadi yaitu topik pembangunan fisik yang ditampilkan berupa *before and after* pembangunan atau progress pembangunan; topik ekonomi yang berfokus pada UMKM dan ditampilkan berupa informasi program UMKM dan promosi UMKM; serta topik kegiatan keseharian yang ditampilkan berupa kunjungan langsung di lapangan, menampilkan hobi yang dilakukan Hendrar Prihadi, serta kegiatan-kegiatan non-formal lainnya. Hal tersebut dilakukan Hendrar Prihadi dalam membangun citra politiknya sebagai pemimpin populis di media sosial. Apa yang dilakukan oleh Hendrar Prihadi telah terbangun tiga elemen personal branding yang saling terintegrasi untuk membangun citranya sebagai pemimpin populis yaitu elemen *You* berupa kepribadiannya di media sosial sebagai sosok pemimpin yang dekat dengan rakyat, berprestasi dengan keahlian yang dimiliki berupa keberhasilannya dalam membangun dan membenahi Kota Semarang, *Promise* berupa adanya penepatan dan realisasi visi misi, janji kampanye, hingga program kerja Hendrar Prihadi, dan *Relationship* interaksi yang terjalin di media sosial berupa respon baik masyarakat terhadap postingan Hendrar Prihadi di media sosial. Berdasarkan citra populis yang dibangun Hendrar Prihadi telah menumbuhkan *Political desire* berupa hasrat dari masyarakat untuk berhubungan dengan Hendrar Prihadi di media sosial, *Political awereness* adanya kesadaran masyarakat dan peningkatan partisipasi politik masyarakat dalam Pilkada 2020, dan *Political loyalty* berupa peningkatan perolehan suara yang signifikan dan kemenangannya secara telak pada Pilkada 2020 melawan kotak kosong.

Kata Kunci: Imagologi Politik, Komunikasi Politik, Populisme, Hendrar Prihadi, Kota Semarang

ABSTRACT

This study is focus on how strategy of the political communication used by Hendrar Prihadi on social media Instagram and Twitter, which the communication strategy is carried out to build a political image as a populist leader. Furthermore, this study learns the topics brought up by Hendrar Prihadi in constructing political communication who self-image as a populist leader.

The questions of this research are answered by Political Communication theory in Virtual Space, Political Imagology and Populism (Populist Leader), while the method used is qualitative research method which prioritize data mining based on combination of pure research virtual and non-virtual specifically interview and documentation taken from social media contents in building an image as a populist leader.

The result shows that Hendrar Prihardi is a rational populist leader who displayed in two political communication styles. First, self-promotion with showing achievement and accomplishment to gain society's perception as a competent and successful leader. Second, Ingratiation which delivering messages in his social media communication as a good leader who provides help or aid to the society. Hendrar Prihadi uses few steps in utilizing social media i.e., comprehend the society, arrange message, set the method, also pick and sort some media. There are many topics, but three main topics that he used are physical development which is displayed in the form of before and after development or development progress; economy topics that focus on MSMEs and are displayed in the form of information on MSME programs and MSME promotions; as well as the topics of daily routine that are displayed in the form of direct visits to the field, showing Hendrar Prihadi's hobbies, as well as other non-formal activities. This was done by Hendrar Prihadi in building political image as a populist leader in social media. What Hendrar Prihadi has done has built three elements of personal branding that are integrated to build his image as a populist leader that are; You, his personality in social media as a leader figure who is close to the society, accomplished by skills in the form of his success in building and fixing Semarang city. Promise, as the fulfillment and realization of Hendrar Prihadi's campaign promise, vision-mission and work program. Relationship that is interaction in social media. Based on the populist image built by Hendrar Prihadi has grown the Political desire in the form of society's yearns to corresponding Hendrar Prihadi in social media. Political Awareness which realization of society in increasing the political participation in Local Leader Election 2020, and Political Loyalty that is increased of significant votes and a landslide victory in election 2020 against empty box.

Key word: Political Imagology, Political Communication, Populism, Hendrar Prihadi, Semarang City

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	I
SKRIPSI.....	II
PERNYATAAN	III
KATA PENGANTAR	IV
PERSEMBAHAN.....	VI
MOTTO	VII
ABSTRAK.....	VIII
ABSTRACT.....	IX
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR TABEL.....	XIII
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIV
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
1. Manfaat Praktis	5
2. Manfaat Teoritis.....	6
E. Tinjauan Pustaka	6
1. Imagologi Politik	6
2. Komunikasi Politik	8
F. Metode Penelitian	10
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	10
2. Sumber dan Jenis Data.....	10
3. Teknik Pengumpulan Data	10
4. Teknik Analisis Data.....	11
G. Sistematika Penulisan	12

BAB II.....	14
KERANGKA TEORI	14
A. Komunikasi Politik di Ruang Virtual	14
B. Imagologi Politik	19
C. Populisme (Pemimpin Populis)	22
BAB III	25
GAMBARAN UMUM HENDRAR PRIHADI.....	25
A. Profil Hendrar Prihadi	25
B. Karir Politik dan Prestasi Hendrar Prihadi	26
C. Pengaruh Kepemimpinan Hendrar Prihadi Terhadap Perkembangan Kota Semarang	27
D. Hubungan Hendrar Prihadi Dengan DPRD dan Birokrasi.....	36
1. Hubungan Hendrar Prihadi Dengan DPRD.....	36
2. Hubungan Hendrar Prihadi Dengan Birokrasi	38
BAB IV	42
STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK HENDRAR PRIHADI DALAM MEMBANGUN CITRA SEBAGAI PEMIMPIN POPULIS DI MEDIA SOSIAL	42
A. Media Sosial dan Gaya Komunikasi Hendrar Prihadi di Ruang Virtual.....	42
B. Strategi Hendrar Prihadi Dalam Membangun Komunikasi Politik di Media Sosial	53
1. Memahami Khalayak	53
2. Menyusun Pesan.....	57
3. Menetapkan Metode	57
4. Memilih dan Memilah Media.....	63
BAB V	64
TOPIK-TOPIK YANG DIUSUNG HENDRAR PRIHADI DALAM MEMBANGUN CITRA SEBAGAI PEMIMPIN POPULIS DI MEDIA SOSIAL.....	64
A. Pembangunan Fisik	64
B. Ekonomi	72
C. Kegiatan Keseharian	78
BAB VI.....	89
PENUTUP	89
A. Kesimpulan.....	89
B. Saran	91

DAFTAR PUSTAKA	92
DAFTAR LAMPIRAN.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 3 1 Penghargaan Kota Semarang Tahun 2018-2021	31
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia 2019	44
Gambar 4. 2 Postingan Penerimaan Penghargaan Anugerah Parahita Ekapraya.....	46
Gambar 4. 3 Postingan Penerimaan Penghargaan Pelayanan Publik Terbaik	47
Gambar 4. 4 Postingan Penghargaan Kota Wisata Paling Bersih di Asia Tenggara	48
Gambar 4. 5 Postingan Pemberian Bantuan Oleh Hendrar Prihadi Berupa Bedah Rumah	50
Gambar 4. 6 Postingan Pemberian Bantuan oleh Hendrar Prihadi Kaki Palsu Untuk Reno	51
Gambar 4. 7 Postingan Program Tilik Kampung.....	52
Gambar 4. 8 Postingan Kegiatan Hendrar Prihadi	54
Gambar 4. 9 Postingan Reels Hendrar Prihadi	56
Gambar 4. 10 Postingan Informasi Rumah Pompa Kota Lama	58
Gambar 4. 11 Postingan Informasi Level PPKM Kota Semarang.....	59
Gambar 4. 12 Postingan Informasi Pembukaan Sentra Vaksinasi.....	60
Gambar 4. 13 Postingan Penjelasan Semboyan Bergerak Bersama.....	61
Gambar 5. 1 Postingan Before and After Pembangunan Jalan Blancir Raya Pedurungan	65
Gambar 5. 2 Postingan Proses Penambahan Ruas Jalan Sriwijaya.....	66
Gambar 5. 3 Postingan Program Penataan Kali Semarang	68
Gambar 5. 4 Postingan Before and After Pembangunan Fasilitas Olahraga Kelurahan Trimulyo.....	69
Gambar 5. 5 Postingan 3D Videotron di Taman Pierre Tendean	71
Gambar 5. 6 Postingan Informasi Pasar Bulu Yang Akan Menjadi Bulu Creative Market.....	73
Gambar 5. 7 Postingan Bantu Jual UMKM Dalam Pelaksanaan Bazaar UMKM.....	74
Gambar 5. 8 Postingan Informasi Produk Mebel Dari Kota Semarang	75
Gambar 5. 9 Postingan Promosi Produk UMKM Mie Padang	77
Gambar 5. 10 Postingan Tinjauan Langsung Hendrar Prihadi di Lapangan.....	79
Gambar 5. 11 Postingan Tinjauan Langsung Hendrar Prihadi di Kawasan Kota Lama	80
Gambar 5. 12 Postingan Tinjauan Langsung Hendrar Prihadi di Kawasan Kota Lama	82
Gambar 5. 13 Postingan Kegiatan Keseharian Hendrar Prihadi	83
Gambar 5. 14 Hasil Rekapitulasi Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Semarang tahun 2015.....	86
Gambar 5. 15 Hasil Perolehan Suara Sah dan Tidak Sah Pilkada 2015 Kota Semarang.....	86
Gambar 5. 16 Hasil Rekapitulasi Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Semarang Tahun 2020	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi.....	98
Lampiran 2 Surat Pengantar Penelitian.....	100
Lampiran 3 Daftar Riwayat Hidup.....	101

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Studi ini ingin mengkaji tentang Imagologi Politik yang dibangun oleh seorang Pemimpin lokal untuk mencitrakan diri sebagai pemimpin populis di media sosial.

Memasuki abad 21 media sosial telah menjadi ruang baru yang populer bagi para politisi untuk berinteraksi dengan masyarakat begitu pula dengan para calon pemimpin yang menggunakan media sosial untuk melakukan kampanye, berinteraksi dengan calon pemilihnya, membangun *image* diri sebagai sosok pemimpin yang baik, dermawan, religius, dan sebagainya. Hadirnya media sosial di masa kini membuat dinamika komunikasi politik berkembang secara signifikan. Hal itu dibuktikan dengan adanya peningkatan aktivitas komunikasi dalam bidang politik di media sosial. Bahkan proses politik memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan, menyosialisasikan, memengaruhi, serta mengontruksi opini publik (Wahid, 2016: 92). Berbagai kemudahan dalam berkomunikasi melalui media sosial sebagai media baru menjadi alternatif bagi para aktor untuk berkomunikasi dengan rakyat. Komunikasi dalam bidang politik tidak hanya meliputi persoalan partai politik namun juga terdapat lembaga legislatif dan eksekutif yang memiliki peran sebagai komunikator politik.

Sebagai komunikator politik tentunya akan berusaha dalam menyampaikan pesan politik yang nantinya ditujukan kepada target politiknya. Penujuan pada target politik ini tentunya bertujuan agar target dapat memahami sistem pemerintahan yang sedang dijalankan. Sehingga dalam penyampaian pesan politik kepada target politik diperlukan adanya sebuah media yang menjadi jembatan bagi para aktor politik. Ini tidak bisa dilepaskan dari fakta bahwa media sosial memberikan ruang baru untuk setiap individu mengekspresikan diri, mengakses informasi, belajar dan memahami tentang dunia sosial maupun politik itu sendiri. Media sosial sendiri merupakan sebuah ruang di dalam internet. Internet dapat menciptakan ruang publik yang berlandaskan konsepsi Jurgen Habermas, suatu ruang atau iklim yang dapat memungkinkan setiap warga negara berdiskusi mengenai masalah publik secara kritis, bebas, dan tanpa restriksi dari kekuatan politik, ekonomi dan sosial yang ada (Habermas, 2010: 15).

Media sosial yang merupakan sebuah media baru digunakan sebagai sebuah pembentuk citra para politisi, yang mana hal tersebut dilakukan guna membuka komunikasi secara lebih efektif dengan publik (Dalimunthe, 2018: 268-281). Para politisi juga menggunakan media untuk membuat berita sebab media membuat masyarakat dapat mengetahui dan mengenali wajah juga latar belakang pemimpinnya. Media sendiri mampu mempengaruhi pemikiran masyarakat dalam menilai objek yang ditampilkan. Pemahaman yang baik dari masyarakat terhadap karakter pemimpinnya sangatlah penting. Dengan begitu masyarakat akan senantiasa mendukung segala kebijakan dan aksi yang akan dilakukan pemimpinnya. Karena itu dalam konteks tersebut banyak politisi-politisi yang memanfaatkan media sosial untuk membangun diri mereka untuk memanfaatkan kepentingan-kepentingan politik mereka. Dalam konteks ini termasuk kepentingan dalam membangun citra sebagai seorang politisi yang populis.

Populisme Menurut Abercrombie dalam (Muhtadi, 2019: 2) diartikan sebagai sebuah bentuk retorika politik yang khas yang menganggap keutamaan politik terdapat pada rakyat, memandang kelompok elit sebagai korup, serta bahwa berbagai sasaran politik yang akan dicapai paling baik dengan cara hubungan langsung antara pemerintah dengan rakyat, tanpa adanya perantara dari lembaga-lembaga politik yang ada. Populisme memiliki hubungan erat dengan gaya kepemimpinan. Populisme dapat diartikan sebagai suara pidato politik dengan adanya keyakinan bahwa kebijakan serta legitimasi politik terdapat pada rakyat. (Imron & dkk, 2021: 239-250). Sehingga populisme menempatkan rakyat diatas segalanya.

Populisme dapat membagi massa (masyarakat) menjadi polariassi yang homogen serta berlawanan yaitu orang-orang baik yang memiliki urusan dengan para elit korup. Hal itulah yang menyebabkan populisme biasanya dipimpin oleh tokoh yang kharismatik dengan menggunakan pesona nya untuk menarik perhatian masyarakat. Tokoh-tokoh ini mengangkat isu-isu penting untuk membela hak orang-orang kecil yang menyiksa masyarakat. Perjuangan untuk meningkatkan martabat manusia dan hak-hak rakyat kecil menjadikan politik kerakyatan mendapat perhatian dari rakyat. Hal tersebut menjadi pendorong bagi para politisi untuk membangun citra politik sebagai pemimpin populis untuk mempertahankan eksistensinya dalam pemerintahan.

Studi tentang Imagologi bukanlah hal baru dalam kajian ilmiah di dalam Ilmu Politik. Beberapa kajian sudah dilakukan oleh sarjana lain diantaranya Maya Elekrika Puspitasari (2012) dengan judul *Analisis Strategi Komunikasi Melalui Media Baru (Studi Kualitatif Komunikasi Politik Faisal Basri dan Biem Benjamin, Calon Independen Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta, Melalui Media Sosial)*, Lia Arny Septiana Dhita (2017) dengan judul *Strategi Komunikasi Politik Ridwan Kamil Dalam Pembentukan Citra Politik Melalui Media Sosial (Twitter)*, Januasri Sidabutar (2017) dengan judul *New Social Media dan Imagologi Politik Kebijakan (Studi Kasus Penggunaan Media Sosial sebagai Alat Komunikasi Kebijakan Ridwan Kamil)*, artikel jurnal oleh Firman Saputra dan Dr. Hamdani M. Syam, MA (2018) yang berjudul *Penggunaan Facebook Sebagai Media Komunikasi Dalam Membangun Citra Politik Calon Bupati Akmal Ibrahim di Aceh Barat Daya Dalam Pilkada Tahun 2017*, artikel jurnal oleh Silvanus Alvin (2019) dengan judul *Manajemen Citra Politik Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno Melalui akun @Prabowo dan @Sandiuno*. Kajian-kajian tersebut lebih memfokuskan pada strategi komunikasi politik sebagai pembentukan citra politik secara general, sedangkan studi yang mengkaji tentang Imagologi Politik terkait dengan bagaimana seorang pemimpin lokal membangun komunikasi politik dalam mencitrakan dirinya sebagai pemimpin populis belum banyak dilakukan oleh orang lain. Penulis ingin mengkaji ini lebih dalam dengan mengambil konteks kepemimpinan Hendrar Prihadi di Kota Semarang dalam membangun citra sebagai pemimpin yang populis.

Hendrar Prihadi selaku Walikota Semarang merupakan salah satu aktor politik yang menggunakan media sosial untuk melakukan pendekatan serta komunikasi dengan masyarakat Kota Semarang. Dari media sosial yang digunakan akun Twitter milik Hendrar Prihadi sudah mendapat verifikasi resmi dengan 79.665 pengikut. Begitu pula dengan akun Instagram beliau yang juga mendapat verifikasi resmi dengan 309.000 pengikut. Hal ini menunjukkan eksistensi Hendrar Prihadi sebagai salah satu walikota yang aktif dalam menggunakan media sosial Twitter dan Instagram. Dengan kepopulerannya dalam media sosial tersebut, Hendri, sapaan akrab beliau, mendapat penghargaan sebagai *Best Social Media Performance* yang dianugerahkan oleh SoloPos Digital Awards yang diselenggarakan pada 4 Agustus 2021.

Hendrar Prihadi memanfaatkan media sosial untuk melakukan aktivitasnya seperti sosialisasi masalah politik, *update* mengenai kebijakannya, pemberian informasi mengenai progress pembangunan infrastruktur, atau hanya sekedar membagikan kegiatan sehari-harinya. Postingan yang kerap memperlihatkan perbedaan kondisi sebelum dan sesudah dibangun di Kota Semarang merupakan respon atas berbagai keluhan masyarakat mengenai masalah di Kota Semarang. Postingan yang dikemas pun menggunakan bahasa semi-formal sehingga membuat masyarakat menjadi lebih interaktif terhadap postingan tersebut. Tak hanya itu, postingan dalam Instagram @hendrarprihadi juga dibumbui oleh pesan-pesan yang disampaikan orang nomor 1 di Kota Semarang itu berupa caption, interaktifnya masyarakat terhadap postingan Hendrar Prihadi dapat dilihat dengan bagaimana respon pengikutnya dalam menanggapi postingan tersebut. Kritik serta saran juga kerap disampaikan masyarakat melalui kolom komentar di setiap postingannya. Dengan Instagram dan Twitter sebagai media yang digunakan Hendrar Prihadi untuk melakukan komunikasi politik, keluhan serta aduan masyarakat terkait permasalahan di Kota Semarang menjadi mudah. Respon cepat yang diberikan Hendrar Prihadi mengenai aduan tersebut membuat masyarakat Kota Semarang menilai bahwa Hendrar Prihadi merupakan sosok pemimpin ideal yang mampu menangani permasalahan warganya.

Kajian ini berfokus mengenai strategi komunikasi politik yang digunakan Hendrar Prihadi untuk membangun citra sebagai pemimpin populis di media sosial Instagram dan Twitter. Instagram dan Twitter menjadi media sosial yang cukup aktif digunakan oleh banyak politisi, kelas terdidik, anak muda dan berbagai kalangan, yang mana dua media sosial ini memiliki konten yang singkat namun interaktif. Penggunaan Instagram dan Twitter oleh Hendrar Prihadi tidak hanya untuk berkomunikasi, namun juga sebagai media untuk membangun citra politik sebagai pemimpin populis. Kemenangan Hendrar Prihadi dalam Pilkada 2020 membuktikan bahwa citra yang dibangun sebagai pemimpin populis berhasil menarik masyarakat untuk memberikan kepercayaannya sebagai seorang pemimpin. Selain itu mengenai topik-topik yang diusung oleh Hendrar Prihadi sebagai pemimpin populis menarik untuk dikaji. Sebab hal tersebut berkaitan dengan strategi komunikasi yang dilakukan Hendrar Prihadi dalam mempertahankan kekuasaannya agar masyarakat senantiasa mendukung segala kebijakannya.

Kajian ini penting dilakukan untuk memberi pengetahuan kita tentang bagaimana media sosial digunakan oleh politisi di level lokal dalam konteks demokrasi, kemudian media sosial yang digunakan sebagai upaya membangun komunikasi politik di dalam membangun citra diri. Untuk itu studi ini ingin mengangkat penelitian dengan judul **Imagologi Politik: Komunikasi Politik Hendrar Prihadi Di Media Sosial Dalam Membangun Citra Sebagai Pemimpin Populis.**

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi komunikasi politik Hendrar Prihadi dalam membangun citra politik sebagai pemimpin populis di media sosial?
2. Topik-topik apa yang diusung Hendrar Prihadi dalam membangun citra sebagai pemimpin populis di media sosial?

C. Tujuan Penelitian

Setelah merumuskan permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini, maka dapat diuraikan beberapa tujuan dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi politik Hendrar Prihadi dalam membangun citra politik sebagai pemimpin populis di media sosial.
2. Untuk mengetahui topik-topik apa yang diusung Hendrar Prihadi dalam membangun citra sebagai pemimpin populis di media sosial.

D. Manfaat Penelitian

Dari tujuan penelitian yang sudah diuraikan di atas, penelitian ini memiliki beberapa manfaat, diantaranya sebagai berikut :

1. Manfaat Praktis

- a) Bagi institusi, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan rujukan dalam bidang kajian strategi komunikasi politik sebagai sebuah imagologi politik. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan informasi mengenai citra seorang pemimpin yang dibangun melalui komunikasi politik menggunakan media sosial.

- b) Bagi masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan dan pemahaman mengenai media sosial yang saat ini menjadi media baru yang dimanfaatkan untuk berbagai kepentingan dalam bidang politik. Sehingga masyarakat dapat mampu menilai apakah strategi komunikasi politik yang dilakukan seorang politisi hanya sebuah pembentukan citra sebagai pemimpin populis semata atau tidak.
- c) Bagi Penulis, penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan serta pengetahuan penulis mengenai fenomena baru dalam bidang politik yaitu mengenai media sosial yang digunakan sebagai strategi komunikasi politik dalam pembentukan citra seorang pemimpin populis

2. Manfaat Teoritis

- a) Memberikan kontribusi ilmiah mengenai kajian imagologi politik. Yang mana dalam penelitian ini berfokus pada seorang politisi yang melakukan strategi komunikasi politik dalam membentuk citra sebagai pemimpin populis di media sosial.
- b) Penelitian ini diharapkan mampu memberikan rujukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya mengenai media sosial yang saat ini menjadi media baru yang dimanfaatkan untuk berbagai kepentingan dalam bidang politik

E. Tinjauan Pustaka

Penelitian ini penulis merujuk pada penelitian-penelitian yang telah dilakukan terdahulu yaitu sebagai berikut:

1. Imagologi Politik

Studi tentang Imagologi Politik bukan lagi menjadi hal baru, ada beberapa kajian yang telah dilakukan oleh para sarjana sebelumnya, diantaranya oleh Dhita (2017), Sidabutar (2017), Saputra dan M.Syam (2018), Alfin (2019), dan Jafar (2020). Studi-studi yang telah dilakukan oleh para sarjana ini memfokuskan pada persoalan bagaimana media sosial digunakan seorang politisi dalam membangun citra politik. Kajian tersebut hanya berfokus pada satu media sosial saja, seperti hanya dalam Twitter, Instagram ataupun Facebook.

Secara umum temuan Dhita (2017) menjelaskan mengenai strategi komunikasi yang digunakan Ridwan Kamil berupa memahami khalayak, menggunakan pesan persuasif,

edukatif dan informatif. Twitter yang digunakan oleh Ridwan Kamil untuk melakukan komunikasi dikatakan berhasil dalam menyampaikan pesan politik berupa kebijakan pemerintah Kota Bandung serta mampu mendekatkan dirinya dengan masyarakat. Kajian oleh Sidabutar (2017) menjelaskan mengenai media sosial yang digunakan Ridwan kamil yaitu untuk menyosialisasikan program-programnya seperti Senin Bis Gratis, Selasa Tanpa Rokok, Rabu Sunda, Kamis Ingggris, Jumat speda, Sabtu Culinary night, serta Minggu Car Free Day. Tetapi dari program-program tersebut ternyata tidak menyelesaikan masalah yang ada Di Kota Bandung. Namun begitu penggunaan media sosial untuk kegiatan politik seperti kampanye Ridwan Kamil berkontribusi dalam kemenangannya dalam Pilkada. Sehingga ia menganalisa bahwa imagologi politik yang dibangun oleh Ridwan Kamil sebagai pembenukan citra yang asyik dan imagologi politik kebijakan yang dilakukan Ridwan Kamil menggunakan *new media* dinilai berhasil berdasarkan penilaian masyarakat yang cenderung menilai citra Ridwan Kamil secara positif. Kajian oleh Saputra dan M.Syam (2018) menunjukkan bahwa Akmal Ibrahim yang merupakan Calon Bupati Aceh Barat Daya menggunakan facebook untuk melakukan komunikasi untuk mendekatkan dirinya dengan masyarakat. Akmal Ibrahim menggunakan facebook untuk menyampaikan berbagai pesan dengan berbagai unsur seperti politik yang berisi agenda pilkada dan kebersamaan dengan tokoh-tokoh politik untuk membangun citra politik dan mengembalikan kepercayaan masyarakat. Hasil kajian oleh Alvin (2019) menunjukkan bahwa Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno menjaga komunikasi dengan publik dengan cara mempertahankan keberadaannya dalam media sosial. Prabowo-Sandi berusaha menonjolkan citra politik sebagai seorang pemimpin muslim hal ini dikarenakan masyarakat Indonesia yang menganut paradigma simbiotik atau hubungan negara dengan agama yang saling mempengaruhi, saling mengisi, serta saling mengkooptasi. Secara umum temuan mereka hanya berfokus pada salah satu media sosial yang digunakan oleh politisi dalam membangun citra politik, seperti kajian Dhita (2017) dan Sidabutar (2017) yang berfokus pada media Twitter, Saputra dan M.Syam (2018) berfokus pada media facebook, serta kajian Alvin (2019) berfokus pada media Instagram.

Kajian lain juga dilakukan oleh Jafar (2020) mengenai pengaruh citra politik terhadap elektabilitas calon bupati. Ia menjelaskan bahwa peran citra politik terhadap peningkatan elektabilitas pasangan calon Bupati dan wakil Bupati pemenang pemilihan umum

Kabupaten Luwu 2018 mencapai 86,49% yang termasuk dalam kriteria sangat baik. Tingkat elektabilitas calon Bupati Luwu pada Pemilu 2018 sebesar 87,35% dan juga termasuk dalam kriteria sangat baik. Nilai positif tingkat pengaruh citra terhadap elektabilitas calon Bupati Luwu pada Pemilu 2018 sebesar 0,726 atau dapat dikatakan jika citra politik bernilai 0 maka memberikan pengaruh sebesar 0,76 terhadap elektabilitasnya.

2. Komunikasi Politik

Studi tentang komunikasi politik juga bukan lagi hal baru, telah banyak kajian yang dilakukan sarjana terdahulu diantara oleh Puspitasari (2012), Maulana (2013), Alfiani (2018). Studi-studi tersebut memfokuskan pada komunikasi politik yang dilakukan seorang politisi melalui media sosial dan media massa. Kajian Puspitasari (2012) menjelaskan bahwa pasangan Faisal-Biem melakukan strategi komunikasi politik berupa; (1) *Selective self-presentation* berupa mempresentasikan berbagai macam kesan positif seperti karakter yang menarik. (2) Optimalisasi Pengelolaan pesan. Berdasarkan teori *Social Information Processing* yang menekankan *verbal cues*. Faisal-Biem menggunakan 4 metode relevan yaitu *canalizing, educative, informative, serta redundancy*. (3) *Many-to-many Communication* yang dilihat dari adanya sebuah komunikasi interpersonal yang berkembang menjadi komunikasi massa. Selain itu Faisal-Biem sukses menyentuh 5 dari 6 titik koneksi yang menghubungkan citra kedalam perubahan perilaku menurut Silih (2011) yaitu mencakup *Political desire, Political awareness, Perceived quality, Political loyalty, dan Political endorser*. Kajian yang dilakukan Maulana (2013) memfokuskan pada komunikasi politik yang dilakukan Partai NasDem yang terdapat pada Harian Media Indonesia yang ditinjau dari tiga aspek pokok permasalahan model Van Dijk yang mencakup segi analisis teks yaitu pada tingkatan struktur makro, tingkat suprastruktur, tingkat struktur mikro. Lalu juga segi kognisi sosial dan segi konteks sosial. Kajian Alfiani (2018) memfokuskan pada media sosial yang digunakan oleh politisi yaitu Mudzakkir Ali Djamil untuk melakukan kampanye. Hasil kajian yang didapatkan ialah Mudzakkir Ali Djamil memanfaatkan media sosial untuk melakukan komunikasi interpersonal yang mana hal tersebut disadari oleh Ali bahwa media memiliki peran penting dalam membentuk opini public.

Kajian lain juga dilakukan oleh Hendriawan (2017) dan Fauzi (2018). Kajian tersebut memfokuskan pada bagaimana komunikasi politik yang dilakukan oleh politisi untuk

berkampanye menjelang Pemilihan Kepala Daerah. Kajian Hndriawan (2017) menganalisis komunikasi politik yang dilakukan pasangan Ahok-Djarot dengan lima unsur komunikasi politik bahwa tim pemenangan dan relawan ialah sebagai komunikator, pesan-pesan yang disampaikan berupa visi-misi, program kerja serta keberhasilannya selama menjabat, media yang digunakan untuk komunikasi ialah media elektronik yaitu televisi dalam acara debat publik resmi KPU yang disiarkan oleh beberapa stasiun TV, yang menjadi target politik ialah masyarakat DKI Jakarta yang terdaftar dalam DPT (Daftar Pemilih Tetap), serta efek dari komunikasi tersebut yang bermuara pada pemberian hak suara dalam Pemilu DKI Jakarta. Kampanye yang dilakukan Ahok-Djarot berhasil dalam putaran pertama namun gagal diputar kedua akibat kalah dengan pasangan Anies-Sandi. Sedangkan kajian oleh Fauzi (2018) menganalisis komunikasi yang dilakukan Winarti dalam Pilkada di Kabupaten Tulang Bawang yaitu dengan melakukan komunikasi massa yang bertujuan untuk meningkatkan elektabilitasnya dalam Pilkada, lalu juga dengan melakukan komunikasi organisasi yang bertujuan untuk meningkatkan basis massa dan pendukung yang diharapkan. Selain itu komunikasi interpersonal dengan masyarakat juga dilakukan guna menyerap aspirasi serta harapan yang diinginkan masyarakat yang kemudian dituangkan dalam visi misi yang disebut 25 program pro rakyat.

Dari kajian-kajian mengenai Imagologi Politik hanya sebatas membahas bagaimana seorang politisi membangun citra dan hanya berfokus di salah satu media sosial yang digunakan. Sedangkan dari kajian-kajian mengenai Komunikasi Politik di atas hanya sebatas bagaimana komunikasi tersebut dilakukan dalam hal kampanye dan meningkatkan elektabilitasnya dalam ajang gelaran Pemilihan Kepala Daerah. Dalam pembahasan dua tema kajian-kajian tersebut belum begitu menguat karena belum membahas mengenai bagaimana komunikasi politik yang dilakukan seorang politisi menggunakan media sosial untuk membangun citra sebagai pemimpin populis dan apa saja topik-topik yang diusung dalam komunikasi tersebut. Untuk itu saya ingin menguatkan bahasan tersebut dalam konteks Kota Semarang yaitu mengenai komunikasi politik Hendrar Prihadi sebagai Walikota Semarang di media sosial dalam membangun citra sebagai pemimpin populis.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan kombinasi *pure research* virtual dan non virtual dengan menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan penelitian yang berarah untuk mengetahui peristiwa di lingkungan sosial secara alami dengan mengutamakan proses koneksi secara detail diantara peneliti dengan kejadian yang diteliti (Herdiansyah, 2019: 9). Penelitian lapangan dilakukan dengan mengumpulkan informasi serta data yang diperoleh langsung dari objek penelitian. Studi ini menggunakan pendekatan studi kasus untuk memahami imagologi politik dalam level lokal dengan kasus yang diangkat adalah mengenai kepemimpinan Hendrar Prihadi. Dalam (Wahyuningsih, 2013: 2-3) Studi kasus dapat diartikan sebagai penelitian dengan cara menggali sebuah fenomena dalam suatu kegiatan dan waktu serta mengumpulkan informasi secara mendalam dan rinci dengan menggunakan prosedur pengumpulan data dalam periode tertentu.

2. Sumber dan Jenis Data

Data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang didapat dari hasil wawancara kepada informan dan konten yang diposting dalam media sosial Hendrar Prihadi. Wawancara dilakukan dengan pihak terkait seperti Sri Rahayu, Puput Widyatmoko, Moch Abdul Hakam, Juan Rama, Muhammad Syofii, Cahyo Seftyono, Wulan Asih Setyarini, dan Joko Hartono. Sedangkan untuk data sekunder, penulis menggunakan studi kepustakaan berupa literatur yang berasal dari buku, jurnal dan juga situs internet yang menyediakan data terbaru mengenai permasalahan penelitian. Literatur yang diambil berkaitan dengan komunikasi politik, imagologi politik dan populisme. Pengambilan data sekunder dengan menggunakan studi kepustakaan dilakukan sebab dalam penelitian harus terdapat dasar pemikiran untuk membantu penulis menuliskan penelitiannya.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan aspek penting dalam sebuah penelitian. Hal ini dikarenakan menjadi dasar utama penelitian untuk mendapatkan data pendukung yang diperlukan. Untuk mendapatkan bahan analisis data-data di lapangan, penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

a) Wawancara

Wawancara ialah dialog yang dilakukan dengan cara sesi tanya jawab dengan acuan teks wawancara yang telah dipersiapkan sebelumnya oleh penulis untuk mencari sumber data dan informasi yang relevan dari narasumber. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi. Pertanyaan yang diajukan penting untuk menangkap apa yang menjadi pikiran, pendapat, persepsi, peristiwa dan realita. Wawancara dilakukan secara mendalam (*in-depth interview*). Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara mendalam dengan Sri Rahayu, Puput Widyatmoko, Moch Abdul Hakam, Juan Rama, Muhammad Syofii, Cahyo Seftyono, Wulan Asih Setyarini, dan Joko Hartono yang dijadikan sebagai informan. Penulis menggunakan alat perekam untuk merekam wawancara yang dilakukan untuk memudahkan penulis mencatat point penting yang disampaikan narasumber. Setelah dilakukan pencatatan hasil wawancara.

b) Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data dengan menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek atau orang lain tentang subjek penelitian (Mardawani, 2020: 52) pengambilan foto atau gambar sebagai bukti pendukung dan penguat argumen dalam pelaksanaan penelitian ini. Penelitian ini melakukan pengambilan gambar yang bersangkutan sebagai dokumen tambahan untuk memperkuat keseluruhan data. Dalam hal ini, semua metode yang dilakukan akan semakin dipercaya apabila disertai foto atau gambar atas izin pihak yang bersangkutan.

4. Teknik Analisis Data

Setelah semua data terkumpul maka dapat dilakukan analisis data dengan penilaian secara mendalam terhadap data yang diperoleh dari sumber / partisipan untuk kemudian ditarik kesimpulan dari rumusan masalah yang telah dibuat. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis isi dengan pendekatan kualitatif, yaitu teknik untuk menganalisis isi dan mengelola sebuah pesan atau suatu alat untuk menganalisis dan mengobservasi isi perilaku komunikasi yang sifatnya terbuka dari komunikato yang dipilih (Bungin, 2007: 175). Analisis isi berasal dari anggapan dasar ilmu sosial bahwa studi mengenai proses serta isi komunikasi merupakan dasar dari studi-studi ilmu sosial. Analisis isi selalalu menampilkan tiga syarat yang mencakup objektifitas, pendekatan

sistematis, dan generalisasi (Bungin, 2012: 84). Penggunaan metode ini dengan alasan bahwa fokus dalam penelitian ini adalah berusaha mengumpulkan serta menganalisis data mengenai konten-konten yang terdapat dalam postingan Hendrar Prihadi di Instagram dan Twitter dalam membangun citra politik sebagai pemimpin populis pada tahun 2019-2021, kemudian mengidentifikasi masalah penelitian yang telah dirumuskan. Dalam penelitian ini, kesimpulan dari proses analisis data merupakan bagaimana media sosial digunakan untuk melakukan strategi komunikasi politik Hendrar Prihadi dalam membangun citra sebagai pemimpin populis.

G. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, data yang telah terkumpul dijadikan sebagai analisis lanjutan untuk kemudian dituangkan dalam susunan sistematika penulisan yang mencakup:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab tersebut memuat alasan yang menjadi latar belakang penelitian, kemudian dirumuskan dalam suatu rumusan masalah yang dikaji sebagai analisa dari data-data. Pada bab ini juga dituliskan tujuan dan manfaat dilakukannya penelitian ini dan diperkuat dengan kajian pustaka yang mendukung penelitian ini serta terdapat metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB II KERANGKA TEORI

Dalam bab ini berisi uraian kerangka teori mengenai Komunikasi Politik di Ruang Virtual, Imagologi Politik, dan Populisme (Pemimpin Populis) yang dapat digunakan untuk melihat bagaimana Komunikasi Politik Hendrar Prihadi di Media Sosial Dalam Membangun Citra Sebagai Pemimpin Populis.

BAB III GAMBARAN UMUM HENDRAR PRIHADI

Dalam bab ini berisi pemaparan mengenai sosok Hendrar Prihadi, latar belakang sosial budaya yang mempengaruhi Hendrar Prihadi, serta pengaruh Hendrar Prihadi terhadap perkembangan Kota Semarang.

BAB IV KOMUNIKASI POLITIK HENDRAR PRIHADI DALAM MEMBANGUN CITRA POLITIK SEBAGAI PEMIMPIN POPULIS DI MEDIA SOSIAL

Dalam bab ini memaparkan mengenai gaya komunikasi Hendrar Prihadi dalam membangun citra sebagai pemimpin populis serta strategi komunikasi yang dilakukan Hendrar Prihadi untuk membangun citra sebagai pemimpin populis di media sosial.

BAB V TOPIK-TOPIK YANG DIUSUNG HENDRAR PRIHADI DALAM MEMBANGUN CITRA POPULIS DI MEDIA SOSIAL

Dalam bab ini memaparkan mengenai topik-topik yang diusung oleh Hendrar Prihadi untuk membangun citra sebagai pemimpin populis dalam berbagai aspek.

BAB VI PENUTUP

Dalam bab ini berisi kesimpulan hasil penelitian, serta saran penulis berupa masukan atau pandangan penulis untuk berbagai pihak

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Komunikasi Politik di Ruang Virtual

Komunikasi politik menjadi kajian yang sangat menarik, bukan hanya bagi sarjana komunikasi dan sarjana politik, namun juga bagi politisi yang aktif di dalam partai politik. Komunikasi politik merupakan komunikasi di mana adanya keterlibatan antara aktor-aktor politik dan pesan-pesan politik yang berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, serta kebijakan pemerintah. Atau dapat disimpulkan bahwa komunikasi politik ialah komunikasi antara yang memerintah dan yang diperintah (Pureklolon, 2016: 94). Komunikasi politik juga dapat di definisikan sebagai proses penyebaran pesan atau makna yang memiliki keterikatan dengan fungsi suatu sistem politik (Mulayana, 2007: 29). Hal tersebut menjadi sebuah tantangan keberhasilan para aktor, partai politik, hingga gabungan partai dan tim sukses dalam membangun pencitraan politik melalui komunikasi politik yang bertujuan untuk meraih simpati serta dukungan masyarakat.

Menurut seorang pakar ilmu politik Gabriel Almond dan G. Bingham Powell komunikasi politik merupakan suatu fungsi politik, bersamaan dengan fungsi artikulasi, agregasi, sosialisasi, dan rekrutmen yang terdapat dalam sebuah sistem politik (Efriza & Indrawan, 2018: 248). Robert G. Meadow mengatakan komunikasi politik meliputi bentuk pertukaran simbol atau pesan hingga pada tingkat tertentu dipengaruhi maupun mempengaruhi fungsi sistem politik (Arifin, 2011: 2). Menurut pakar politik Maswadi Rauf dalam (Harun & Sumarno, 2006: 3) komunikasi politik merupakan objek kajian ilmu politik yang mana pesan-pesan dalam proses komunikasi bercirikan politik atau berkaitan dengan kekuasaan politik negara, pemerintah, serta aktivitas komunikator sebagai pelaku kegiatan politik. Komunikasi politik dapat dilihat dari dua dimensi yaitu pertama komunikasi politik sebagai kegiatan politik. Itu merupakan penyampaian pesan-pesan yang berisi unsur politik oleh aktor-aktor politik kepada pihak lain. Kegiatan itu bersifat empiris sebab dilakukan secara nyata di dalam kehidupan sosial. Kedua komunikasi sebagai kegiatan ilmiah yang merupakan kegiatan politik dalam sistem politik.

Menurut Heryanto (2018: 24) komunikasi politik terbagi menjadi tiga generasi yang dirujuk pada dinamikanya, yaitu:

1. Generasi pertama yaitu retorika politik. Dalam generasi ini hampir keseluruhan pesan komunikasi politik diarahkan oleh kemampuan seni berbicara (*art of speech*).
2. Generasi kedua ditandai dengan adanya peran media massa yang dominan atau belakangan kerap disebut sebagai media *mainstream*.
3. Generasi ketiga ditandai dengan adanya perkembangan *new media*. Hal ini ditunjukkan dengan menguatnya media sosial dan *weblog* interaktif.

Saat ini dinamika komunikasi politik memasuki generasi ketiga. Di era teknologi komunikasi melahirkan media berbasis internet, seperti media sosial. Melalui internet, berbagai macam informasi, sosialisasi gagasan, tuntutan, ajakan hingga protes serta usulan alternatif kebijakan dapat dipublikasikan dengan relatif cepat dibanding dengan media cetak ataupun media penyiaran (Heryanto, 2018: 24). Kegiatan politik tidak mungkin mengabaikan media begitu juga sebaliknya media juga tidak dapat melepaskan proses komunikasi politik (Wahid, 2016: 77). Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memunculkan adanya pertumbuhan komunikasi dalam dunia maya di berbagai kalangan khususnya di kalangan pemerintahan. Perkembangan komunikasi tersebut ditandai dengan adanya komunikasi yang memanfaatkan media baru sebagai bentuk perkembangan teknologi yang mana media baru tersebut melahirkan media sosial.

Media sosial menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein ialah sebuah kelompok aplikasi yang berbasis internet dibangun diatas dasar ideologi serta teknologi Web 2.0 dan memungkinkan adanya pertukaran *user-generated content*. Media sosial terdapat dalam berbagai bentuk seperti *social network*, forum internet, weblogs, *social blogs*, *micro blogging*, wikis, *podcast*, video, gambar, rating hingga *bookmark social*. Kaplan dan Haenlein juga membag media sosial menjadi enam jenis yang mencakup proyek kolaborasi; misalnya wikipedia, blog dan microblogs; misalnya twitter, komunitas konten; misalnya youtube, situs jaringan sosial; misalnya facebook dan instagram, virtual game; misalnya world of warcraft, dan virtual social; misalnya second life. Pemanfaatan media sosial oleh aktor politik untuk melakukan komunikasi dianggap cukup efektif. Hal tersebut karena transparansi kebijakan pemerintah adalah hal penting agar mendapat kepercayaan dari masyarakat di era demokratisasi ini (Lesmana, 2012).

Media sosial sendiri memiliki beberapa fungsi seperti memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teknologi web, mentransformasi praktik komunikasi

searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audiens (*one to many*) menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak audiens (*many to many*), serta mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri (Wijayanto, 2012). Selain itu, penggunaan media sosial juga mampu menyentuh khalayak secara personal sehingga mampu mempengaruhi interaksi antara masyarakat dengan pembuat kebijakan (Tosepu, 2017: 2).

Dalam komunikasi politik yang terjadi di ruang virtual tidak dapat dilepaskan dari sebuah medium yang menjadi perantara dalam melakukan komunikasi yaitu komputer atau dapat disebut *Computer Mediated Communication* (CMC). Goffman dalam bukunya yang berjudul *The Presentation of Self in Everyday Life* menyatakan bahwa proses komunikasi sesuai dengan apa yang disukai orang lain mengenai dirinya (Walther, 2007: 2538-2557). Presentasi diri ialah proses individu dalam menyeleksi dan mengontrol perilaku sesuai dengan situasi sehingga orang lain mendapatkan suatu citra atau kesan. Presentasi diri dalam penggunaan internet dilakukan dengan memperlihatkan hal-hal positif dan menghilangkan kesan negatif, lalu mengkontekstualisasikan konten dengan bingkai yang menyenangkan (Apriliani, 2020: 80-94). Dalam hal tersebut Presentasi diri dilakukan agar memperoleh persepsi tertentu dari pengguna lain dalam *Computer Mediated Communication*. Presentasi diri merupakan elemen sentral dalam membentuk identitas seseorang dalam proses komunikasi, dan hadirnya media baru seperti media sosial memungkinkan seseorang membentuk identitas sesuai dengan apa yang diinginkan individu tersebut (Yang & Brown, 2016: 402-416). Menurut Joseph Walther, di dalam *Computer Mediated Communication* pengirim pesan memiliki kesempatan untuk membuat memelihara kesan-kesan positif. Mereka juga dapat menuliskan karakter mereka yang dapat menarik perhatian, pendapat, opini, prestasi, dan kegiatan lainnya tanpa khawatir terdapat penyangkalan penampilan fisik (Walther, 2007: 2538-2557).

Jones dan Pittman (1982) dalam (Alim, 2014: 1-10) mengklasifikasikan strategi dalam melakukan presentasi diri menjadi lima kategori:

1. *Ingratiation* yaitu tindakan yang dilakukan agar terlihat menarik, sebagai contoh yaitu dengan melakukan hal-hal baik.
2. *Self-promotion* yaitu tindakan yang dilakukan supaya terlihat kompeten dalam bidang tertentu.

3. *Intimidation* yaitu tindakan yang dilakukan agar memiliki kesan berbahaya serta diikuti oleh orang lain.
4. *Exemplification* yaitu tindakan yang menunjukkan moral yang dimiliki seseorang.
5. *Supplication* yaitu tindakan yang bertujuan menunjukkan sikap lemah serta tak berdaya agar mendapatkan belas kasihan.

Menurut (Ardial, 2009: 85-94) Agar komunikasi politik berjalan dengan baik maka diperlukan beberapa langkah dalam merancang strategi komunikasi politik diantaranya:

1. Memahami Khalayak

Menurut Ardial kepentingan, keyakinan, serta motivasi khalayak yang bersifat politik ataupun non-politik merupakan komponen psikologis yang harus dikenal dalam khalayak. Menurutnya berdasarkan hasil studi bahwa khalayak (pemilih) memberikan suara untuk kandidat yang ideologi nya sesuai dengan pemilih itu sendiri. Selain itu kebutuhan serta berbagai motivasi individu juga harus dikenali dan dipahami yang mana mencakup bagaimana kemampuan dari khalayak dalam menerima pesan melalui media, pengetahuan dari khayak terhadap inti persoalan, serta pemahaman khalayak mengenai penggunaan kata.

2. Menyusun Pesan Persuasif

Untuk menyusun pesan persuasif perlu dilakukan perhatian pada tema dan materi yang kondisinya sesuai dengan khalayak. Agar pesan yang disampaikan bersifat persuasif maka pesan harus dapat membangkitkan perhatian dari khalayak. Dengan memberikan harapan atau hasil yang relevansinya kuat dengan apa yang dibutuhkan pribadi atau kelompok maka pesan politik tersebut mampu menarik perhatian khalayak.

3. Menetapkan metode

Dalam menetapkan metode Arifin (2008: 72) dalam bukunya memberikan beberapa metode dalam komunikasi yaitu:

- a. *Redundancy*

Redundancy dilakukan dengan mengulang terus menerus pesan politik kepada khalayak. Hal itu bertujuan agar khalayak terus mengingat dan tidak melupakan pesan yang disampaikan.

- b. *Canalizing*

Canalizing dilakukan dengan mengamati serta meneliti pengaruh kelompok terhadap khalayak dengan menyediakan berbagai saluran tertentu untuk menguasai berbagai motif

yang terdapat dalam khalayak. Agar komunikasi politik berhasil, memenuhi nilai dan standar kelompok serta masyarakat harus harus dimulai terlebih dulu.

c. *Informative*

Dalam komunikasi politik, isi pesan yang disampaikan haruslah sesuai dengan data, fakta, serta pendapat yang kebenarannya mampu dipertanggung-jawabkan. Dalam hal ini isi pesan harus memberikan penerangan yang berfungsi untuk memberikan informasi agar khalayak memiliki pendapat tertentu.

d. *Persuasive*

Pesuasive dilakukan dengan cara membujuk agar khalayak terpengaruh. Dalam hal ini masyarakat tidak diberi kesempatan untuk berpikir kritis dan secara tidak sadar dapat terpengaruh. Kesan politik yang disampaikan dalam metode ini berisi tidak hanya fakta dan pendapat namun juga non-fakta yang bentuk pertanyaannya bisa berubah menjadi agitasi, propaganda dan lain sebagainya.

e. *Educative*

Metode ini dapat dikatakan sebagai metode mendidik yang mampu memberikan gagasan berdasarkan fakta, pengalaman dan pendapat kepada masyarakat yang dapat dipertanggung-jawabkan kebenarannya.

f. *Cursive*

Metode ini bersifat memaksa dalam mempengaruhi khalayak. Pesan yang disampaikan komunikator politik berisi ancaman yang dimanifestasikan dalam bentuk perintah, peraturan, dan intimidasi yang pelaksanaannya didukung oleh kekuatan yang tangguh.

4. Memilih dan Memilah Media

Agar sesuai dengan situasi dan kondisi khalayak, maka diperlukan pemilihan serta pemilahan media untuk komunikasi politik. Cara yang dilakukan dapat berupa memperhatikan sistem komunikasi politik di sebuah wilayah atau negara. Misal diperlukannya media massa cetak maupun elektronik atau media interaktif seperti internet untuk berkomunikasi dalam skala yang besar dan luas.

Media sosial memiliki peranan penting dalam proses komunikasi politik. Internet, termasuk komunitas virtual yang dalam hal ini ialah media sosial dapat menjadi perantara untuk membentuk struktur masyarakat emansipatif serta bebas dari dominasi. Untuk itu setiap orang mempunyai kesempatan yang sama untuk ikut berpartisipasi dalam

pengambilan keputusan (Heryanto, 2018: 63). Media sosial bersifat interaktif yang mana memungkinkan proses komunikasi politik dapat dilakukan lebih intens. Media sosial sebagai sarana komunikasi bereperan dalam membawa penggunanya untuk aktif berpartisipasi dengan pemberian kontribusi serta feedback secara terbuka dalam pembagian informasi ataupun memberi respon secara online dengan cepat (Tosepu, 2017: 3).

B. Imagologi Politik

Istilah imagologi pertama kali dipopulerkan oleh Milan Kundera dalam salah satu novel nya "*Immortality*". Secara etimologis, imagologi ialah gabungan dua suku kata dari *imago* (imaji), imajinasi dan *logi*. Menurut Mahzar (2004: 2-3) *imago* diartikan sebagai gambar, sedangkan *logi* berasal dari *logos* yang memiliki arti "kata". Goenawan Muhammad beberapa kali memperkenalkan kosakata "imagologi" setara dengan "citra". Bill Canton dalam Sumirat & Ardianto (2003: 111) mendefinisikan citra sebagai gambaran, perasaan, kesan dari publik terhadap organisasi atau perusahaan atau merupakan kesan yang diciptakan secara sengaja dari suatu objek (orang) ataupun organisasi. Citra Politik juga memiliki keterkaitan dengan eksistensi diri yang secara penuh dapat terbentuk dan tergantung dengan bagaimana pembentukan dan pembangunan opini masyarakat yang telah dibentuk oleh partai politik berdasarkan realitas yang terjadi. Citra Politik dibentuk dengan menayangkan visual kemudian dikomunikasikan melalui media hingga opini terbentuk dari pemikiran masyarakat. Citra politik merupakan persepsi masyarakat luas terhadap kredibilitas dan reputasi seorang kandidat atau partai politik. (Syah Putra, 2014: 45)

Imagologi politik dapat didefinisikan sebagai representasi visual serta naratif dengan mengedepankan citra atau gambaran menggunakan suatu medium yang bersifat umum dengan proses yang melibatkan simbol atau entitas-entitas sosial dan politik untuk mendapat kekuasaan. Pada dasarnya imagologi politik atau pencitraan politik merupakan simbiosis antara strategi politik dengan teknik pencitraan yang mana terdapat pengemasan terhadap suatu objek pelaku politik baik tokoh politik yang bersifat perorangan maupun partai politik yang bersifat kelompok. Imagologi politik digunakan untuk memengaruhi persepsi, perasaan, kesadaran, serta opini publik sehingga dapat digiring ke sebuah preferensi dan keputusan politik tertentu. Menurut RW Pollay pendekatan imagologi politik memiliki fungsi komunikasi yang mencakup informasional dan transformasional

seperti usaha meyakinkan khalayak untuk memperkuat serta mengukuhkan sikap atas suatu objek dan entitas yang masih menjadi tanda tanya diperlukan perubahan sikap (Aly, 2009).

Secara sederhana, imagologi dapat diartikan sebagai paduan kata dan gambar yang berjaln sedemikian rupa membentuk narasi medium dan teks (Hudjolly, 2011: 37). Menurut (Sumirat & Ardianto, 2003: 115) terdapat empat komponen dalam Imagologi politik yaitu :

1. Persepsi

Persepsi diartikan sebagai sebuah hasil pengamatan yang berkaitan dengan proses pemaknaan. Seseorang akan memberikan sebuah makna terhadap rangsangan, dengan begitu proses pembentukan citra dapat berlanjut. Persepsi seseorang akan positif apabila rangsangan memberi informasi yang memenuhi kognisi individu.

2. Kognisi

Kognisi merupakan keyakinan diri seseorang terhadap stimulus. Timbulnya sebuah keyakinan karena adanya pemahaman seseorang mengenai rangsangan tersebut, sehingga seseorang harus diberikan berbagai macam informasi yang cukup yang mampu mempengaruhi perkembangan kognisinya.

3. Motivasi

Motivasi merupakan keadaan pribadi seseorang yang mampu menumbuhkan keinginan seseorang untuk melakukan berbagai macam kegiatan tertentu agar mencapai sebuah tujuan.

4. Sikap

Sikap merupakan kecenderungan dalam bertindak, berpikir, berekspresi serta merasa terhadap ide, objek, situasi maupun nilai. Sikap lebih mengarah pada kecenderungan dalam berperilaku dengan cara tertentu. Sikap memiliki smotivasi. Sikap jugalah yang menentukan seseorang untuk pro atau kontra terhadap satu hal. Selain itu sikap juga penentu apa yang disukai, diinginkan, dan diharapkan serta sikap dapat diubah dan diperteguh. Didalam sikap terkandung aspek evaluatif yang meliputi nilai menyenangkan ataupun nilai tidak menyenangkan.

Dalam Puspitasari (2012: 21) pembentukan citra politik diperlukan beberapa elemen yang harus dibangun dan saling terintegrasi. Elemen-elemen yang diadaptasi dari konsep *Personal Branding* yang dikemukakan oleh Montoyo & Vandehey (2008) meliputi:

1. *You*

Seseorang dapat membentuk *Personal Branding* melalui metode komunikasi yang disusun secara baik dan dirancang untuk menyampaikan dua hal yang mencakup siapa pribadi seseorang dan apa yang ia lakukan kepada saasaran nya. Pada elemen ini dalam membentuk *Personal Branding* politisi harus dapat membuat gambaran yang mencerminkan kepribadian, nilai-nilai, kualitas, dan keahlian yang membedakannya dengan politisi yang lain.

2. *Promise*

Dalam elemen ini politisi memiliki tanggung jawab terhadap pemenuhan harapan masyarakat akibat pencitraan yang dilakukan. Politisi harus mampu mempertanggungjawabkan citra yang ia bentuk sebgaimana ia menepati janji nya kepada masyarakat.

3. *Relationship*

Dengan pembentukan citra yang baik, maka dapat tercipta sebuah hubungan yang baik dengan *client* dalam ha ini ialah masyarakat. Semakin banyak atribut yang diterima juga semakin tinggi tingkat kekuasaan seseorang, menunjukkan ada nya hubungan yang sangat baik dalam pembentukan citra tersebut.

Dalam Wasesa (2011: 76) terdapat enam koneksi yang berkesinambungan menghubungkan citra kedalam perubahan perilaku pemilih yang dikembangkan dari konsep Paul MC Lean dan David A. Aaker yaitu:

1. *Political Desire*

Membangkitkan hasrat dengan partai politik atau politisi dan mengembangkannya menjadi program politik yang menarik perhatian masyarakat.

2. *Political Awareness*

Adanya berbagai program politik yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan masyarakat yang dikembangkandengan melibatkan partisipasi aktif target audiens, maka akan muncul *awareness* terhadap partai politik atau politisi.

3. *Perceived Quality*

Partai politik atau politisi akan dipersepsikan memiliki kualitas kerja yang baik jika melaksanakan program yang berjalan sesuai *timeline* serta pesan yang sesuai dengan *key message development*.

4. *Political Loyalty*

Rasa percaya dan loyalitas terhadap partai politik atau politisi akan tumbuh apabila semakin banyak program yang memenuhi kebutuhan masyarakat dan adanya keterlibatan masyarakat secara intens.

5. *Political Endorser*

Dalam hal ini mulai muncul perilaku dari seseorang untuk menarik masyarakat lain agar ikut terlibat.

6. *Political Evangelist*

Dalam tahap ini politik sudah menjadi keyakinan hidup yang tidak dapat ditawar dengan mudah.

Selain itu tahapan perjalanan pencitraan yaitu mencakup pencitraan melalui media, bagaimana membuat media terus menyampaikan mengenai pesan-pesan politik agar sesuai dengan *key message development*, melihat apakah pesan yang disampaikan dapat merubah pandangan public (masyarakat) sehingga mereka percaya terhadap seorang politisi atau sebuah partai (Wasesa, 2011: 34-36).

C. Populisme (Pemimpin Populis)

Perdebatan mengenai sebuah ideology, mobilisasi, hingga representasi politik secara menonjol telah menampilkan tema populisme, terutama sebagai tantangan terhadap gagasan liberal tentang politik demokratis dan representatif. Kembali bangkitnya diskusi akhir-akhir ini ialah berkat adanya serangkaian respon kritis, yang dilakukan atas nama rakyat awam terhadap wacana dan praktik globalisasi. Hal ini berkaitan dengan skeptisme mengenai kecukupan mekanisme demokratis dalam pemerintahan dan pengampilan keputusan. Populisme memiliki hubungan erat dengan gaya kepemimpinan. Populisme dapat diartikan sebagai suara pidato politik dengan adanya keyakinan bahwa kebajikan serta legitimasi politik terdapat pada rakyat. (Imron & dkk, 2021: 239-250). Sehingga populisme menempatkan rakyat diatas segalanya. Hal tersebut didasarkan pada gagasan untuk mengutamakan kepentingan rakyat. Populisme juga dapat diidentikan dengan gerakan akktivisme politik dengan adanya keterlibatan massa (Sofian, 2019: 62).

Populisme muncul karena adanya sederet ketimpangan sosial dalam kehidupan masyarakat. Ketimpangan yang terjadi disebabkan karena adanya pengabaian hak-hak asasi manusia. Pengabaian hak-hak asasi yang berupa adanya penolakan terhadap ras, suku, maupun agama tertentu. Populisme dibentuk terutama ketika adanya tekanan dan

ketimpangan dalam kehidupan ekonomi di mana kondisi tersebut diwarnai perebutan kekuasaan dalam ekonomi produksi dan perebutan jabatan di dalam bidang politik (Adon, 2021: 81-92). Seperti halnya Deiwiks (2009: 1-9) yang mendefinisikan tiga bentuk krisis yang menumbuhkan adanya populisme. Pertama, kondisi krisis ekonomi, kemiskinan, ketimpangan pertumbuhan, pengangguran, eksploitasi sumber daya alam, dampak globalisasi, dan sebagainya. Kedua, adanya kritik tajam atas kegagalan repretatif demokrasi. Ketiga, terdapat kesenjangan ekonomi di tengah masyarakat dan ketimpangan janji-janji demokrasi yang akhirnya dimanfaatkan oleh pemimpin populis untuk retorika politik yang mampu melenakan.

Berdasarkan krisis yang ada didalam masyarakat, menyebabkan populisme membagi massa (masyarakat) menjadi polariassi yang homogen serta berlawanan yaitu orang-orang baik yang memiliki urusan dengan para elit korup. Hal itulah yang menyebabkan populisme biasanya dipimpin oleh tokoh yang kharismatik dengan menggunakan pesona nya untuk menarik perhatian masyarakat. Tokoh-tokoh ini mengangkat isu-isu penting untuk membela hak orang-orang kecil yang menyiksa masyarakat. Perjuangan untuk meningkatkan martabat manusia dan hak-hak rakyat kecil menjadikan politik kerakyatan mendapat perhatian dari rakyat.

Dalam Haboddin (2019: 21-28) Gaya populisme terbagi menjadi empat, yaitu:

1. Kediktatoran populis di mana tokoh yang kharismatik melampaui tokoh politik tradisional serta memperoleh kekuasaan inkonstitusional dengan mnyediakan makanan serta hiburan untuk orang-orang.
2. Demokrasi kerakyatan ialah musuh yang mewakili yang mana selalu berusaha mempertahankan sebanyak mungkin kekuasaan di tangan rakyat. Ciri yang khas ialah dewan perwakilan yang menghasilkan referendum untuk legislasi; inisiatif umum, di mana pemberi suara dapat melangkahi majelis serta mengajukan undang-undang yang ditentukan mealalui pemungutan suara di dalam referendum; lembaga *recall* yaitu wakil rakyat dapat dipaksa oleh konstituen mereka yang tidak puas dalam melaksanakan pemilihan ekstra sbluma khir masa tugas mereka.
3. Populisme reaksioner, menggambarkan politisi yang melakukan permainan dengan prasangka massa dalam negara-negara demokrasi untuk melawan pandangan-pandangan yang dianggap lebih cemerlang dari elit politik. Atau dapat dikatakan

bahwa politisi yang menjadi bagian dari populisme ini ialah politisi yang mendapat popularitas dengan memainkan permusuhan etnis ataupun pandangan sayap kanan.

4. Populisme kaum politisi ialah politisi yang menghindari komitmen ideologis serta mengklaim pembicaraan atas nama rakyat secara keseluruhan dan bukan untuk faksi tertentu. Selain itu juga dengan gaya partai “untuk semua orang” yang prinsipnya tidak banyak dengan kebijakan luwes dan siap menerima semua pendatang.

Populisme telah menambah warna baru dalam dinamika politik serta kekuasaan di tingkat lokal. Kemampuan pemimpin populis untuk melakukan promosi terkait program populis serta mengontrol kesejahteraan ialah strategi dalam meningkatkan kekuatannya. Dalam Sianipar (2011: 49-52) populisme dapat dibedakan menjadi dua varian berdasarkan strategi yang digunakan, yaitu:

1. Populisme Irasional

Dalam varian ini, pemimpin populis menggunakan ideology dan charisma untuk menghinoptis pengikutnya atau masyarakat. Pemimpin populis tidak memiliki basis kekuatan politik yang kuat. Masyarakat sebagai pengikutnya ialah kelas bawah yang kecewa, terabaikan, dan termarginalkan oleh pemimpin sebelumnya. Oleh karena itu, ikatan antara pemimpin populis varian ini dengan pengikutnya lemah. Maka untuk memperkuat hubungannya, pemimpin populis irasional akan memberikan hadiah, uang, subsidi maupun proteksi kepada pengikutnya.

2. Populisme Rasional

Pemimpin populis varian ini mengandalkan prestasi, *skill*, kemampuan *leadership* yang dimiliki untuk mendapat dukungan dari masyarakat. Pemimpin populis rasional telah memiliki basis kekuatan yang kuat. Yang menjadi pendukung pemimpin ini ialah masyarakat yang rasional dan kritis. Oleh karena itu pemimpin dituntut pula untuk bersikap rasional. Pemimpin tidak boleh hanya mengumbar janji saja tetapi harus dapat merealisasikannya agar tetap mendapat dukungan masyarakat. Pemimpin populis rasional akan berusaha membantu masyarakat kelas bawah untuk memiliki kemampuan daya beli (*demand*) sehingga mereka mampu memenuhi kebutuhan hidupnya. Hal tersebut dilakukan dengan meningkatkan kualitas pendidikan masyarakat atau menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat kelas bawah sehingga masyarakat tersebut memiliki kemampuan bersaing di pasar.

BAB III

GAMBARAN UMUM HENDRAR PRIHADI

A. Profil Hendrar Prihadi

H. Hendrar Prihadi, SE., MM lahir di Semarang pada tanggal 30 Maret 1971. Hendi merupakan anak ke 10 dari 10 bersaudara, di mana kesembilan kakak nya memiliki nama depan yang sama dengan dirinya. Sehingga ia lebih dikenal dengan sapaan Hendi. Ia dibesarkan dalam didikan keluarga militer dengan ayah yang memiliki profesi sebagai seorang TNI. Pendidikan dasar ia tempuh di SD Gergaji Semarang dan lulus pada tahun 1984. Pendidikan sekolah menengah pertama ia tempuh di SMP Negeri 3 Semarang dan lulus pada tahun 1987. Pendidikan sekolah menengah atas ia tempuh di SMA Negeri 1 Semarang dan lulus pada tahun 1990. Setelah lulus SMA, dirinya sempat melanjutkan pendidikan nya di UPN Yogyakarta, namun kemudian berpindah ke UNIKA Soegijapranata Semarang di Fakultas Ekonomi pada tahun 1992 dan menyelesaikan pendidikan nya sebagai Sarjana Ekonomi pada tahun 1996. Kemudian pada tahun 1999 dirinya melanjutkan studi S2 di Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro dan berhasil mendapatkan gelar Magister Manajemen pada tahun 2002. Hendi juga berhasil meraih gelar Doktor Ilmu Sosial dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro pada tahun 2021 setelah menyelesaikan disertasi mengenai Kota Cerdas (*Smart City*).

Hendi ialah sosok yang sukses merintis karir dari bawah. Dirinya pernah menggeluti profesi sebagai sales kaca mata, kemudian berjualan ikan di pasar, sebelum akhirnya mendirikan perusahaan sendiri yang bergerak di bidang konstruksi. Hendi dikenal sebagai tokoh kepemudaan setelah menjabat sebagai Ketua Komite Nasional Pemuda Indonesia di Jawa Tengah selama dua periode sejak tahun 2004 hingga tahun 2010. Saat ini dirinya juga menjabat sebagai Ketua Korps Alumni KNPI Jawa Tengah, serta FKPPi Jawa Tengah.

Ia juga dikenal sebagai sosok yang dekat dengan rakyatnya. Dengan seringnya terjun ke lapangan membuat masyarakat Kota Semarang menjadi lebih mengenal lebih dekat pemimpinan nya. Selain itu banyak sifat – sifat baik yang dimiliki Hendrar Prihadi yang menjadikan masyarakat menaruh kepercayaan kepada nya untuk memimpin kembali Kota Semarang. Hal itu terbukti dengan kemenangan nya dalam Pemilihan Umum Kepala

Daerah yang serentak diadakan pada tahun 2020 dengan memperoleh suara sebesar 90%. Kepiawaiannya dalam membenahi tata kota yang sebelumnya kumuh menjadi bersih juga menjadikan dirinya sebagai pemimpin yang berhasil. Beberapa karakter Hendrar Prihadi yang menjadi perhatian masyarakat untuk terus mendukungnya diantaranya yaitu seorang yang *low profile*. Ia selalu berusaha merangkul semua masyarakatnya dari kalangan bawah hingga atas tanpa membedakan pangkat, jabatan, dan profesi. Meskipun dengan sifat yang *low profile* ia tetap tegas dalam menjalankan tugasnya. Ia juga sering berpesan kepada pejabat khususnya di Kota Semarang untuk tetap *low profile* mengayomi staf bawahannya sebagai keluarga dan menyelesaikan tugas dengan siap yang santun serta tidak arogan. Hal tersebut juga ia terapkan selama kepemimpinannya hingga saat ini.

Selain itu ia juga merupakan sosok yang kreatif, inovatif, serta memiliki banyak gagasan dan terobosan dalam memajukan Kota Semarang. Inovasi yang dilakukan diantaranya pengembangan *Semarang Smart City* yang menjadikan Kota Semarang dinobatkan sebagai Kota Cerdas Indonesia pada tahun 2017. Selain itu juga ia mencanangkan program KoTaKu atau Kota Tanpa Kumuh. Selain itu inovasi lain yang dilakukan sebagai walikota juga telah banyak dilakukan seperti mengembangkan Pusat Pengelolaan Pengaduan Masyarakat (P3M) yang merupakan pengembangan dari Pusat Penanganan Pengaduan Pelayanan Publik, layanan ambulans gratis 24 jam yang bernama “Ambulans Hebat”, program *Universal Health Coverage* (UHC), dan masih banyak lagi.

B. Karir Politik dan Prestasi Hendrar Prihadi

Hendrar Prihadi megawali karir politiknya dengan bergabung Partai PDI Perjuangan pada tahun 2004. Hal itu membuatnya berhasil duduk sebagai anggota DPRD Jawa Tengah untuk daerah pemilihan Jawa Tengah 2 yang mencakup Kabupaten Demak, Kudus, dan Jepara pada periode 2009-2014. Pada tahun yang sama, dirinya juga mengundurkan diri dari kursi anggota DPRD Jawa Tengah setelah mendapat rekomendasi untuk maju sebagai calon Wakil Wali Kota Semarang. Pada tahun 2010 ia terpilih menjadi Wakil Wali Kota Semarang yang berpasangan dengan Soemarmo HS dengan mendapat perolehan suara 34,28% (hendrarprihadi.com, n.d.).

Kemudian ia diangkat sebagai pelaksana tugas (plt) Wali Kota Semarang pada 26 Juni 2012. Pengangkatan dirinya sebagai pelaksana tugas Wali Kota Semarang sesuai dengan Surat Menteri Dalam Negeri nomor 131.33-412 tahun 2012 tentang Pemberhentian

Sementara Wali Kota Semarang Soemarmo yang di dalam nya juga terdapat penunjukan Wakil Wali Kota Semarang yang dibacakan di dalam rapat koordinasi tertutup dan dihadiri seluruh jajaran di lingkungan Pemerintahan Kota Semarang di lantai 8 Gedung Moh Ikhsan. Kemudian ia diangkat sebagai Wali Kota definitif pengganti Soemarmo HS pada 3 Juni 2013 dan dilantik oleh Ganjar Pranowo sebagai Wali Kota Semarang pada 21 Oktober 2013 sebaga pengganti Wali Kota sebelumnya. Pelantikan Hendi tersebut berdasarkan dari Surat Menteri Dalam Negeri Nomor 131.33-466 tertanggal 9 Juni 2013 (Istibsaroh, 2012).

Setelah itu ia mendapatkan rekomendasi untuk maju sebagai calon Wali Kota Semarang pada tahun 2015. Di Tahun 2016 dirinya dilantik sebagai Wali Kota Semarang setelah menang dalam kontestasi Pemilihan Wali Kota Semarang pada tahun 2015 dengan memperoleh 46,46% suara. Kemudian pada tahun 2020 ia kembali maju sebagai calon tunggal pada Pemilihan Wali Kota Semarang dalam Pilkada serentak dan berhasil memenagkannya da meraih 91,57% suara (hendrarprihadi.com, n.d.).

Dalam karir nya sebagai Wali Kota Semarang, Hendi telah meraih berbagai prestasi diantaranya sebagai berikut:

1. *Best City Manager* kategori *Dynamic Growth City* dari *Europe Business Assembly* tahun 2014
2. Kepala Daerah Kinerja Terbaik untuk Pengembangn Dunia Usaha oleh Kadin Award 2014
3. Penghargaan Internasional Bidang Perencanaan Sumber Daya Ruang “*Best Urban Design 2017*” di Singapura
4. Pembina Pelayanan Publik Terbaik di Indonesia dari Kementerian PAN-RB selama empat tahun berturut, yaitu pada tahun 2016 hingga tahun 2019
5. *Asia Best Mayor of The Year* oleh *Asia Global Council* pada tahun 2019
6. *People os The Year* oleh Meto TV pada tahun 2019 dan tahun 2020
7. Wali Kota Terpopuler di Indonesia dari Humas Indonesia tahun 2019

C. Pengaruh Kepemimpinan Hendrar Prihadi Terhadap Perkembangan Kota Semarang

Berbicara mengenai perkembangan sebuah kota tentunya tidak terlepas dari adanya peran dari pemimpinnya. Hal inilah yang terjadi di Kota Semarang di mana terdapat adanya

perkembangan serta perubahan selama masa kepemimpinan Hendrar Prihadi. Setelah dilantik menjadi walikota, program pertama yang dijalankan oleh Hendi penurunan tarif BRT untuk pelajar menjadi Rp.1.000,00 (Budiasto, 2013). Selain itu ia juga memfokuskan pada peningkatan jalan di wilayah pinggiran terutama pembangunan *ring road* (Budiasto, 2013). Pada Desember 2014, ia mengembangkan *Semarang Smart City* serta pencaangan program KoTaKu atau Kota Tanpa Kumuh. Program tersebut berdasarkan tiga masalah yaitu buruknya drainase, ketidaklayakan infrastruktur, serta kurangnya sarana sanitasi (Hakim, 2014).

Perubahan-perubahan lain di Kota Semarang yang dapat dilihat mencakup berbagai bidang. Pertama, mengenai peningkatan kualitas pelayanan publik. Terobosan yang dilakukan ialah memberikan fasilitas aduan masyarakat yang bernama Pusat Pengelolaan Pengaduan Masyarakat (P3M) yang merupakan pengembangan dari Pusat Penanganan Pengaduan Pelayanan Publik (P5) (Budiasto, 2014). Perbedaannya terletak pada mekanismenya. Pada P3M pengaduan dapat mudah dilakukan melalui *SMS*, *Facebook*, *Twitter*, dan juga *website*. Pelayanan aduan semacam P3M memiliki keterkaitan dengan penerapan *e-government* yang memang difokuskan oleh Pemerintah Kota Semarang dibawah kepemimpinan Hendi (Wijaya & Permatasari, 2018: 1-16). Pada tahun 2016, Kota Semarang mendapat peringkat pertama dalam evaluasi pelayanan publik di bidang kependudukan dan pencatatan sipil yang dilakukan oleh Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi di 59 kota/kabupaten terpilih. Evaluasi tersebut bertujuan untuk melihat sejauh mana implementasi UU Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik (MENPANRB, 2016). Selain itu Kota Semarang juga dapat mempertahankan predikat sebagai Pembina pelayanan publik dengan kategori yang sangat baik yang dibuktikan dengan piagam penghargaan yang diberikan KEMENPAN-RB pada acara penyampaian hasil evaluasi dan pemberian piagam pelayanan public terhadap Kabupaten Kota se-Indonesia pada tahun 2017.

Kedua, mengenai penerapan *smart city* yang diharapkan mampu membuat masyarakat melakukan aktivitas secara aktif, nyaman, aman, tenang, senang, dan bahagia. Penerapan program *Semarang Smart City* telah diinisiasi sejak tahun 2013. Strategi yang digunakan Hendi dalam penerapan program *Smart City* yaitu *systemic*, *monitorable*, *accessible*, *reliable*, dan *time bound* yang mana konsep tersebut dibuat agar system saling terhubung,

mudah dipantau dan diakses, dapat memberikan kepercayaan masyarakat, serta memberikan kepastian waktu pelayanan-pelayanan yang biasanya tidak didapatkan oleh masyarakat. Melalui system tersebut, masyarakat dapat memantau program atau kebijakan yang sedang dilaksanakan oleh pemerintahan secara langsung. Dengan adanya penerapan *Smart City* mampu memosisikan Kota Semarang di angka ke-3 indeks persepsi korupsi dan membawa Kota Semarang menjadi salah satu kota pertama yang menjadi percontohan *Smart City* di Indonesia. Kota Semarang juga dinobatkan sebagai Kota Cerdas Indonesia pada tahun 2017 dan penghargaan tersebut diberikan Wakil Presiden Republik Indonesia, Jusuf Kalla (Wijaya & Permatasari, 2018: 1-16).

Ketiga, mengenai inovasi bidang kesehatan. Inovasi yang dilakukan dalam bidang kesehatan berkaitan dengan globalisasi yaitu melalui telepon yang terhubung dengan call center. Call center 112 merupakan layanan yang dapat mengakses berbagai kegawatdaruratan yang disediakan Pemerintah Kota Semarang, salah satunya ialah layanan ambulans gratis 24 jam yang bernama “Ambulans Hebat”. Selain itu di masa kepemimpinan Hendi telah diluncurkan pula program *Universal Health Coverage* (UHC). UHC merupakan jaminan kesehatan yang berguna agar seluruh warga Kota Semarang mendapatkan pelayanan kesehatan. Pelayanan kesehatan tersebut terdapat pada fasilitas kesehatan tingkat pertama (FKTP) dan pelayanan di rumah sakit kelas ketiga melalui BPJS Kesehatan. Dengan adanya UHC, biaya kesehatan bagi seluruh masyarakat Kota Semarang baik yang mampu maupun tidak mampu ditanggung penuh oleh Pemerintah Kota Semarang (Primus, 2017). Dengan berbagai inovasi yang dilakukan dalam bidang kesehatan, Kota Semarang telah menjadi daerah dengan Angka Harapan Hidup tertinggi di Indonesia pada tahun 2017 (Salam, 2018).

Keempat, mengenai pengembangan pariwisata. Keberanian Hendrar Prihadi mengambil keputusan untuk menjadikan Kota Semarang menjadi kota wisata dibanding bertahan sebagai kota industri membuat ekonomi masyarakat di Kota Semarang berhasil berkembang. Ia meyakini bahwa peningkatan sektor pariwisata dapat berimbas pada kondisi ekonomi yang lebih merata (Wijaya & Permatasari, 2018: 1-16). Dalam pengembangan pariwisata, Hendrar Prihadi bersama Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menerapkan beberapa strategi yang meliputi pengoptimalan kinerja aparatur Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, meningkatkan pelestarian kawasan, situs, dan bangunan yang

merupakan cagar budaya, meningkatkan pelestarian dan apresiasi terhadap seni dan budaya tradisional, meningkatkan kualitas serta kuantitas tempat wisata, meningkatkan jumlah pengunjung baik lokal maupun mancanegara, meningkatkan sarana prasarana serta pelaksanaan *event MICE*, dan meningkatkan profesionalisme SDM kepariwisataan (Setya, 2017: 401-410). Usaha Hendrar Prihadi bersama jajaran Pemerintah Kota Semarang membuahkan hasil positif. Kota Semarang disebut sebagai daerah dengan indeks pariwisata tertinggi kelima di Indonesia oleh Kementerian Pariwisata pada tahun 2018 (Advertorial, 2016).

Keenam, yaitu efisiensi pembangunan daerah. Kesuksesan juga diraih Hendrar Pihadi dalam bidang pembangunan. Pariwisata di Kota Semarang menjadi salah satu representasi tingginya komitmen pembangunan daerah di Kota Semarang. Dan pencapaian yang telah diraih sangat luar biasa sebab anggaran belanja daerah Kota Semarang tidak sebesar daerah lain di Indonesia. Efisiensi pembangunan yang dicanangkan menjadikan Kota Semarang dianugerahi penghargaan tertinggi Dana Rakca 2017. Penganugerahan tersebut diberikan secara langsung oleh Presiden Republik Indonesia Joko Widodo. Hal itu membuktikan bahwa Kota Semarang telah berhasil melaksanakan efisiensi pembangunan melalui anggaran yang ada setelah sebelumnya dianggap sebagai kota terkorup se-Jawa Tengah akibat kasus-kasus korupsi yang menghambat efisiensi anggaran. Upaya yang dilakukan Hendrar Prihadi termasuk dalam *smart* birokrasi yang masih menjadi bagian dari *e-government*. Pemerintah Kota Semarang sendiri telah membangun empat sistem penunjang untuk membuat pemerintahan dan pelayanan public berjalan lebih efisien dan mudah untuk dikontrol. Terutama efisiensi penggunaan anggaran pembangunan. Empat sistem tersebut meliputi sistem monitoring dan evaluasi, sistem pelayanan melalui perizinan *online*, sistem pembangunan melalui *e-catalog local*, serta sistem pelaporan melalui “Lapor Hendi” (Wijaya & Permatasari, 2018: 1-16).

Ketujuh, adanya peningkatan indeks pembangunan manusia. Capaian IPM di Kota Semarang sejak Hendrar Prihadi memimpin semakin meningkat. Tahun 2013 capaian IPM sebesar 76.68 kemudian meningkat menjadi 79.24 pada tahun 2014, tahun 2015 menjadi 80.23, lalu meningkat menjadi 81.19 pada tahun 2016, mencapai 82.01 pada tahun 2017, pada 2018 meningkat menjadi 82.72, pada tahun 2019 kembali meningkat menjadi 83,19, namun pada tahun 2020 menurun menjadi 83.05 (Bps.go.id, 2020). IPM menjelaskan

kondisi masyarakat yang mampu mengakses hasil pembangunan dalam perolehan pendapatan, pendidikan, kesehatan, dan lain-lainnya. Dengan begitu menunjukkan bahwa secara keseluruhan kesejahteraan masyarakat Kota Semarang mengalami peningkatan.

Dalam masa kepemimpinan Hendrar Prihadi, Kota Semarang telah meraih berbagai prestasi dan penghargaan yang telah dirangkum pada table dibawah ini:

Tabel 3 1 Penghargaan Kota Semarang Tahun 2018-2021

2018	2019	2020	2021
Penghargaan dari Kemen PAN RB sebagai pembina pelayanan publik kategori sangat baik	Asia Best Mayor Of The Year 2019	Asean Clean Tourist City Standard 2020-2022	Harmony Award 2020 : Walikota Semarang sebagai pembina FKUB & Organisasi FKUB yang sukses dalam membina kerukunan umat beragama di Kota Semarang
Penghargaan dari Kapolda Jateng atas dukungan Walikota terhadap kinerja Polri	Penghargaan Kota Metropolitan Cerdas 2018 (IKCI) Peringkat II	Best in City Transformation	REI Excellence Awards 2020 : Gold Winner kategori Heritage
Recognition Excellence Award for City Mayors at Indonesia Open Gov Leadership Forum 2018	Penghargaan PR Indonesia Award 2019 sebagai Pemerintah Kota Terpopuler di Media	Platinum Award (peraih medali terbanyak untuk 7 kategori) - PRIA (PR Indonesia Award) 2020	Anugerah Kebudayaan PWI Pusat 2021
Penghargaan Upakarti Prabaswara Mandala atas keberhasilan percepatan pembangunan yang ramah lingkungan	Penghargaan Prestasi Kinerja Tertinggi berdasarkan Laporan Penyelenggaraan Pemerintah Daerah (LPPD) tahun 2017 Penghargaan Pembangunan Daerah Terbaik 2019	Juara I Penghargaan Pembangunan Daerah th 2020 kategori Kota Terbaik	Kota Terbaik Pertama Penghargaan Pembangunan Daerah tk Provinsi 2021
Penghargaan PR Indonesia (PRIA)	Penghargaan Inovasi Pelayanan Publik dan Reformasi Birokrasi	Opini Wajar Tanpa Pengecualian ses Laporan hasil	Kota Terbaik Pertama Penghargaan Pembangunan Daerah tk Nasional 2021

		Pemeriksaan LKPD 2019	
Penghargaan sebagai tokoh inspiratif dalam ajang Sindo Government Award	Goesmart 2019 / RKCI – Riset Kota Cerdas Indonesia Kategori kota besar yang berhasil unggul dalam 9 kategori Kota Menuju Cerdas	Juara I Kota Inovasi Terbaik Tatanan Normal Baru sektor Wisata	Kota Peringkat II Penghargaan Green Leadership "Nirwasita Tantra 2020" Kategori Pemerintah Daerah Kota Besar
Apresiasi dari Direktur Jawa Pos Radar Semarang Baehaqi kepada Wali Kota Semarang Hendrar Prihadi atas dedikasinya membangun Kota Semarang	Nominasi 10 Kota / Kabupaten Kreatif di Indonesia sektor Fashion	Komitmen Dalam Penyelenggaraan Perlindungan Anak dan Melaporkan Capaian Berbasis Sistem Informasi Monitoring, Evaluasi dan Pelaporan (SIMEP)	Kategori Figur Pembawa Perubahan (Walikota Semarang) Kategori Best Service Excellence (RSWN)
Penghargaan dari Menteri Dalam Negeri Tjahjo Kumolo kepada Pemerintah Kota Semarang sebagai Pemerintah Daerah dengan Kinerja Tertinggi di Indonesia 2018	Pakarti Utama I Tingkat Nasional, sebagai pelaksana terbaik Pola Asuh Anak dan Remaja (PAAR) kategori kota	Top Leader of The Year 2020	Peringkat II Penghargaan Kota Layak Anak (KLA) 2021 Kategori Nindya
Penghargaan IndoHCF Innovation Awards II 2018 dari Indonesia Healthcare Forum (IHF) kepada Kota Semarang untuk kategori Inovasi Program Kesehatan Ibu dan Anak (KIA) tingkat Kota	Penghargaan kategori kota terbaik dalam inisiasi strategi manajemen organisasi	Pembina Olahraga Berprestasi Nasional 2020 pada kategori Penggerak Olahraga Masyarakat	Wali kota Semarang menerima penghargaan sebagai Best Figure Digital Performance versi Twitter
Penghargaan Best Smart Living City dan Best Smart	Penghargaan gold kategori infrastruktur Indonesia	Penghargaan kategori Smart Living	Penghargaan kepada Pemerintah Kota Semarang Best Digital

Economy City dalam Nominasi Indonesia Smartnation Award	Attractiveness Index (IAI) 2019		Performance kategori Divisi Humas Pemda di Jawa Tengah
Penyerahan Penghargaan Sindo Government Award 2018	Penghargaan Walikota Entrepreneur Award 2019 kategori Pariwisata INA APEKSI AWARD 2019	Wali kota Semarang sebagai People of The Year 2020	Kampung Jawi & Kandri sebagai Peringkat I Kategori Desa Wisata 2021
Tanda Jasa Bakti dan UMKM	Penghargaan/ sertifikat RBRA (ruang bermain ramah anak) untuk Taman Bumirejo Pudakpayung	Juara 1 Lomba Terminal Sehat Tipe C Tingkat Nasional	Hendrar Prihadi sebagai Leader in Pandemic Data Management
Penghargaan Investment Award diberikan kepada DPMPTSP Kota Semarang oleh Menteri Perhubungan RI	Top 25 kota pengelola pengaduan pelayanan publik terbaik	Outstanding Achievement & Top 15 Inovasi Pengaduan Pelayanan Publik 2020	Perumda BPR Bank Pasar Kota Semarang meraih penghargaan Anugerah Top Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) Award Tahun 2021
Penghargaan Yokata Wonderful Indonesia sebagai 10 Kota terbaik Nasional di bidang pariwisata	Penghargaan 'People of The Year 2019'	Juara Umum Indeks Daya Saing Daerah Provinsi Jateng	Penghargaan Anugerah Parahita Ekapraya Kategori Utama
Penghargaan Pakarti Utama I Terbaik bidang lingkungan	Best Leader Supporting PR & Communications	Indonesia Healthcare Innovation Award IV th 2020, Gold Award Kategori Germas, Inovasi 'Kampung Siaga Candi Hebat' Gold Award Kategori Kesehatan Ibu dan Anak, 'Gepuk Pepes' (Gerakan Peduli Kesehatan	Wali kota Semarang menerima penghargaan Kepala Daerah Inovatif 2021 kategori layanan public

		Pekerja Perempuan) Platinum Award Kategori IT Kesehatan, 'Lawan Covid-19 Harus Strong	
Inovasi Publik 2018	Pemerintah Daerah terpopuler di Media pada Bagian Humas & Protokol	Pemerintah Kota Semarang (Revitalisasi Situs Kota Lama Semarang) mendapatkan medali emas dalam kategori properti heritage	Penghargaan kategori tertinggi Swasti Saba Wistara Kabupaten/Kota Sehat
Sanitasi Total Berbasis Masyarakat (STBM) Berkelanjutan	City Branding Kota Semarang oleh Diskominfo	Pemerintah kota Semarang meraih predikat 'sangat inovatif' dari Kementerian Dalam Negeri pada malam penganugerahan Innovative Government Award 2020	Terbaik II Kategori Pemkot untuk pelayanan investasi / kinerja DPM-PTSP
Kota Layak Pemuda	Penghargaan kepada Wali kota Semarang sebagai "Pembina UMKM tingkat Kota yang terdaftar terbanyak se-Indonesia"		Best Public Health Care - Promoting Community Engagement In Pandemic Prevention
Penghargaan Pro Investasi Jawa Tengah Tahun 2018	Most Popular Leader in Social Media 2019, Jambore PR Indonesia		Penyerahan Piagam Penghargaan Kota Pembangunan Terbaik 2021
Anugrah Index Daya Saing Daerah Tingkat Provinsi Jawa Tengah Tahun 2018	Prestasi Daerah Inspirasi Negeri, Penghargaan kategori pariwisata		Penghargaan Kategori Kepala Daerah Responsif terhadap Pengaduan Masyarakat

Penghargaan sebagai Best Excellent atau salah satu kota dengan tingkat keselamatan jalan terbaik dalam Anugerah Keselamatan Jalan Indonesia (Indonesia Road Safety Award) 2018	Penghargaan Kota Peduli HAM		Program San-Piisan TOP 45 Inovasi Pelayanan Publik 2021
	Pembina Pelayanan Publik Terbaik di Indonesia, Kategori pembenahan dan pelayanan DPM PTSP, RSUD K.R.M.T Wongsonegoro, Disdukcapil)		Penghargaan atas kinerja dalam membangun Smart City dengan melibatkan seluruh elemen masyarakat
	Penghargaan Smart Government, Ajang 100 Smart City		Penghargaan Dana Insentif Daerah berturut-turut
			Kota Informatif Adikarya Tinarbuka - konsistensi badan public

Sumber: <https://ppid.semarangkota.go.id/penghargaan-kota-semarang-2018-2021/>

Dari penghargaan-penghargaan yang didapat Hendrar Prihadi dalam empat tahun terakhir memberikan penjelasan bahwa Hendrar Prihadi dapat dikatakan relatif sukses dalam memimpin Kota Semarang. Seperti pada tahun 2018 yaitu Penghargaan dari Kemen PAN RB sebagai pembina pelayanan publik kategori sangat baik, Penghargaan Upakarti Prabaswara Mandala atas keberhasilan percepatan pembangunan yang ramah lingkungan, Penghargaan IndoHCF Innovation Awards II 2018 dari Indonesia Healthcare Forum (IHF) kepada Kota Semarang untuk kategori Inovasi Program Kesehatan Ibu dan Anak (KIA) tingkat Kota, Penghargaan Best Smart Living City dan Best Smart Economy City dalam Nominasi Indonesia Smartnation Award, Inovasi Publik 2018. Lalu pada tahun 2019

dengan beberapa penghargaan seperti Penghargaan Pembangunan Daerah Terbaik 2019, Penghargaan Inovasi Pelayanan Publik dan Reformasi Birokrasi, Top 25 kota pengelola pengadaan pelayanan publik terbaik, Penghargaan kepada Wali kota Semarang sebagai “Pembina UMKM tingkat Kota yang terdaftar terbanyak se- Indonesia”, Pembina Pelayanan Publik Terbaik di Indonesia Kategori Pembenahan dan pelayanan DPM, PTSP, RSUD K.R.M.T Wongsonegoto, Disdukcapil. Dan penghargaan-penghargaan serupa yang didapat pada tahun 2020 dan 2021 seperti Juara I Penghargaan Pembangunan Daerah th 2020 kategori Kota Terbaik, Outstanding Achievement & Top 15 Inovasi Pengadaan Pelayanan Publik 2020, Harmony Award 2020: Walikota Semarang sebagai pembina FKUB & Organisasi FKUB yang sukses dalam membina kerukunan umat beragama di Kota Semarang, Kota Terbaik Pertama Penghargaan Pembangunan Daerah tk Provinsi dan Nasional 2021, Penghargaan Kategori Kepala Daerah Responsif terhadap Pengadaan Masyarakat.

Bagaimana Hendrar Prihadi dikatakan sebagai pemimpin populis dapat dilihat dari penghargaan-penghargaan yang didapat dalam bidang yang berkaitan dengan upaya pembangunan Kota Semarang dan peningkatan kesejahteraan rakyat. Penghargaan-penghargaan yang didapat atas keberhasilan pembangunan kota dan pelayanan publik dapat menjelaskan bahwa Hendrar Prihadi selalu berupaya untuk mendekatkan diri dan mengutamakan rakyat nya. Hal tersebut seperti pada pengertian mengenai populisme yang kerap dikaitkan dengan gaya kepemimpinan yaitu menempatkan rakyat diatas segalanya. Hal tersebut didasarkan pada gagasan untuk mengutamakan kepentingan rakyat. Populisme juga dapat diidentikan dengan gerakan akktivisme politik dengan adanya keterlibatan massa (Sofian, 2019: 62).

D. Hubungan Hendrar Prihadi Dengan DPRD dan Birokrasi

1. Hubungan Hendrar Prihadi Dengan DPRD

Hubungan kerja antara Walikota dengan DPRD ialah sebagai mitra sejajar dalam pembentukan suatu peraturan daerah. Hendrar Prihadi sebagai Walikota Semarang tentu nya juga memiliki hubungan terkait dengan DPRD Kota Semarang dalam pengambilan keputusan atau kebijakan publik baik dalam bentuk peraturan daerah, peraturan waliota atau yang lain nya. Dalam pengambilan sebuah keputusan, anggota DPRD dilibatkan

sesuai koridor peraturan dan sesuai fungsi pokok DPRD yaitu pengawasan, anggaran, dan legislasi. Dalam fungsi pengawasan, DPRD memiliki fungsi yang berkaitan dengan kewenangan untuk melakukan pengontrolan pelaksanaan peraturan daerah dan peraturan lain serta kebijakan pemerintah daerah. Dalam fungsi anggaran, DPRD berwenang dalam hal yang berkaitan dengan Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD). Serta dalam fungsi legislasi, DPRD berwenang dalam pembentukan peraturan daerah (DPRD, 2018). Hal tersebut seperti yang telah diungkapkan oleh Juan Rama S.A.B, selaku Anggota DPRD Kota Semarang:

“Kalau pengamblan keputusan kita pasti sesuai koridor peraturan, sesuai dengan tugas fungsi pokok DPRD tadi yaitu controlling, budgeting, dan legislasi. Jadi kita dilibatkan sejauh tupoksi dari DPRD. Kita tidak mau terlalu offside. Kalau perencanaan kan bukan tugas DPRD melainkan tugas eksekutif, untuk itu kita tidak pernah ikut dalam perencanaan. Kita cuma berkontribusi dalam pembahasan, apa yang sudah dibicarakan di eksekutif kita bahas di DPRD.” (Rama, 2022)

Sebagai eksekutif, sosok Hendrar Prihadi merupakan sosok yang humanis dan bisa diterima di semua kalangan. Komunikasi politik yang dilakukan Hendrar Prihadi cukup menarik mengenai bagaimana ia menampilkan diri sebagai rekan kerja dengan bawahan nya. Meski begitu ia juga tetap terbuka dengan adanya masukan atau kritik terkait kebijakan yang diadopsinya.

“Menurut saya beliau ini lebih ke humanis, kalau yang saya lihat di Instagram. Karena kesibukan saya ya saya hanya bisa melihat beliau melalui Instagram. Nah disitu bisa dilihat hubungan Mas Hendi sebagai walikota dengan masyarakat cukup baik. Sering mengunjungi kegiatan-kegiatan di masyarakat. Beliau tidak selalu memosisikan sebagai Walikota, karena Mas Hendi bisa dibilang masih cukup muda usianya sekarang. Jadi ya komunikasi yang terjalin cukup cair. Untuk kritikan dan masukan beliau sangat terbuka, salah satunya lewat rapat-rapat rutin setiap sebulan sekali dan juga rapat-rapat dengan dinas terkait yang diadakan yang tidak menentu begitu ya, seperti yang kasus Dinas Perdagangan itu bisa 2-3 kali dalam sebulan.” (Rama, 2022)

Hubungan komunikasi antara eksekutif dan legislatif yang dilakukan cukup kooperatif menyangkut persoalan-persoalan di Kota Semarang dan yang berkaitan dengan pembahasan anggaran. Sejauh masa kepemimpinannya, Hendrar Prihadi tidak pernah terjadi ketegangan-ketegangan antara eksekutif dan legislatif. Sebab dalam menyelesaikan sebuah permasalahan, DPRD selaku legislatif menyelesaikan permasalahan di tingkat masing-masing OPD atau dinas terkait terlebih dahulu.

“Hubungan di DPRD dengan eksekutif berjalan dengan baik. Yah beberapa kali hubungan komunikasi mengenai permasalahan di Kota Semarang. Salah satu contoh seperti di penghujung tahun 202, waktu itu penganggaran di pemerintahan kota minus dan disitu kita coba berdiskusi anatar eksekutif dan legislatif bagaimana baiknya ntuk menyelesaikan semua itu. Dan yang terpenting sesuai aturan untuk mengatasi apa yang menjadi permasalahan di Kota Semarang. Sejauh ini tidak pernah ada ketegangan.. Karena kita sudah selesikan di tingkat masing-masing OPD atau dinas terkait. Contoh pemabahsan mengenai anggaran 2022 yang kita bahas pada tahun 2021, nah pembahasan ini kita bahas di maisng-masing komisi, nah di maisng-masing komisi ini kita kupas perencanaan anggaran dari masing-masing dinas itu. Nah disitu memang kita cukup ya kalau dibilang berargumen pasti ya berargumen, karena kita pengen tahu kejelasan terkait anggaran itu yang hubungan nya pasti dengan masyarakat. Anggaran itu untuk masyarakat seperti apa dampak nya. Karena harapan kita di DPRD, penganggaran yag sudah direncanakan oleh Pemerintahan Kota ini benar-bena untuk masyarakat.” (Rama, 2022)

Pemberian dukungan penuh untuk Hendrar Prihadi juga diberikan oleh anggota-anggota DPRD yang berbasis dalam Partai PDI-P. Namun dukungan tersebut tidak gelap mata dan semata-mata hanya mendukung tanpayang dilaksanakan ada alasan yang jelas. Terlebih Hendrar Prihadi sangat membuka segala kritik dan masukan. Salah satunya dengan diadakan rapat rutin setiap bulan nya untuk pembahasan dan evaluasi program kerja yang dijalankan.

“Kalau secara politis pasti, karena Mas Hendi sebagai Ketua DPC PDI-PKota Semarang yang artinya harus tegak lurus dengan pimpinan. Dan kebetulan Mas Hendi sebagai walikota ya harus mendukung. Sejauh ini temen-teme dari fraksi PDI-P mereka engga yang tidak gelap mata, yang artinya mendukung-mendukung saja tanpa ada alas an ayng jelas. Jika seumpama ada permasalahan, slaah stau contoh soal Pasar Johar, Ketua Komisi saya Pak Joko Susilo, disitu juga beliau dari PDI-P dan beliau netral, yang artinya tidak terus membela pemerintah, tapi tetap berada di tengah-tengah. Jadi temen-temen dari fraksi PDI-P khususnya di Komisi B sejauh ini maish berada di tengah-tengah. Bukan terus gelap mata soal apapun baik atau jelek di bela, enggak begitu.” (Rama, 2022)

2. Hubungan Hendrar Prihadi Dengan Birokrasi

Keberhasilan suatu wilayah tentunya juga tidak lepas dari peran pemimpin dengan birokrasi. Hubungan keduanya juga penting untuk dijaga agar komunikasi tetap terjalin sehingga dalam proses pembuatan kebijakan dan pelaksanaan program kerja pemerintahan berjalan dengan baik. Hubungan antar pemipin dengan birokrasi ini juga dilakukan oleh Hendrar Prihadi sebagai Walikota Semarang. Ia dikenal sebagai pemimpin kekinian dan dekat dengan masyarakat. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan penggunaan media sosial

yang kini ia gunakan sebagai alat komunikasi dengan masyarakatnya. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan pun diabadikan dalam postingan pada akun media sosial nya.

Selain dekat dengan masyarakat, Hendrar Prihadi juga dikenal memiliki hubungan yang baik dengan bawahannya. Hendrar Prihadi dinilai sebagai seorang pemimpin yang *low profile*, serta figur dan teladan yang baik. Kemampuannya dalam membangun kemajuan di Kota Semarang juga dinilai luar biasa. Hal ini dibuktikan dengan berbagai prestasi yang telah diraih dan penghargaan yang didapat Kota Semarang selama masa kepemimpinannya. Kemajuan Kota Semarang yang dirasakan secara fisik dan non fisik. Kemajuan Kota Semarang secara fisik meliputi kemajuan tata kelola yang semakin baik sedangkan kemajuan secara non fisik meliputi peningkatan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat Kota Semarang. Hal tersebut diungkapkan oleh Puput Widyatmoko selaku Sekretaris Camat Ngaliyan:

“Menurut saya beliau ini merupakan Walikota yang luar biasa, beliau juga prestasinya sangat luar biasa. Kemajuan Kota Semarang pada masa kepemimpinannya beliau 3 periode ini juga luar biasa, baik fisik maupun non fisik. Dari fisik sendiri tata kelolanya sudah baik dibanding beberapa tahun lalu. Non fisiknya bisa dilihat dari perekonomian masyarakatnya yang meningkat dan warganya adem ayem. Kalau dari sikap, beliau selaku orang tua warga Semarang sangat ngajeni baik warga masyarakat yang sepuh hingga anak-anak muda. Beliau juga sangat dekat dengan warga” (Widyatmoko, 2022)

Untuk mempererat hubungannya dengan birokrasi ditingkat bawah seperti Kelurahan dan Kecamatan, Hendrar Prihadi melakukan pertemuan secara formal dan informal. Pertemuan secara formal berupa rapat evaluasi yang rutin dilakukan setiap bulan. Sedangkan pertemuan secara informal yang dilakukan berupa bersepeda bersama, melakukan sholat jumat bersama dan kegiatan kebudayaan. Selain itu Hendrar Prihadi terkadang melakukan peninjauan di beberapa kelurahan untuk hanya sekadar memantau atau melihat kondisi di wilayah tersebut. Ia juga kerap memberikan motivasi dan memberikan pengarahan kepada pegawai-pegawai untuk bekerja secara cepat, ikhlas, dan tuntas. Pembinaan untuk pegawai juga rutin diberikan berupa bimbingan mental.

“Komunikasi politik yang dilakukan sangat baik. Pak Hendi juga sering melakukan sidak mengenai kebersihan atau kehadiran pegawai. Kalau sama pegawai-pegawai beliau ini membimbing dan mengarahkan. Kalau pegawai melakukan kesalahan diberi peringatan ringan. Pak Hendi ini nilai kedisiplinannya tinggi. Beliau juga sering melakukan pembinaan pegawai dengan bimbingan mental. Lalu juga ada

motivator budaya kerja agar pegawai bisa melakukan tugas nya dengan cepat, ikhlas, dan tuntas.” (Rahayu, 2022)

Hubungan baik dengan kedinasan juga dilakukan oleh Hendrar Prihadi. Hendrar Prihadi dinilai sebagai sosok yang disiplin, tegas dan mengayomi. Selama masa kepemimpinannya ia merupakan sosok yang demokratis dan dekat dengan rakyat. Peraturan maupun kebijakan yang dijalankan bukanlah suatu yang paten melainkan menyesuaikan dengan kondisi yang ada. Dengan mendekatkan dirinya dengan masyarakat, membuat peraturan dan kebijakan yang akan dijalankan nya harus memberikan dampak yang baik bagi masyarakatnya.

“Menurut saya Pak Hendi ini tipe pemimpin yang demokratis dan dekat dengan masyarakat. Jadi demokratis nya itu seperti dalam menjalankan pemerintahan pasti kan ada aturan dan sebagainya, tapi hal itu tidak menjadi patokan kalau aturan nya A ya harus A begitu. Jadi fleksibel dengan kondisi yang ada di bawah itu seperti apa, menyesuaikan begitu. Untuk itu Pak Hendi kan dekat dengan masyarakat, jadi karena itu kan Pak Hendi punya program-program ke bawah yang bagaimana mengenal masyarakat dan tau pasti apa yang menjadi masalah masyarakat dengan terjun langsung ke masyarakat.” (Hakam, 2022)

Kerja sama yang dilakukan Hendrar Prihadi sebagai Walikota Semarang dengan birokrasi cukup kooperatif. Seperti contoh nya pada saat pandemi COVID-19, adanya pergerakan bersama antara Dinas Kesehatan, Dinas Sosial dan pihak-pihak lain. Sehingga dalam penanganan COVID-19 tidak hanya dibebankan terhadap satu pihak namun juga adanya kerja sama dengan pihak-pihak lain yang sesuai dengan tugas, pokok, dan fungsinya masing-masing. Dalam penyelesaian suatu permasalahan dilakukan pengecekan, pengontrolan, serta evaluasi. Serta penyelesaian dengan musyawarah untuk mendapat kesepakatan bersama.

“Cukup kooperatif. Jadi ketika misal ada permasalahan seperti saat ini pandemi. Pandemi kan memang bergerak bersama ya, tidak hanya Dinas Kesehatan namun juga Dinas Sosial dan sebagainya. Kooperatifnya beliau adalah bagaimana hal tersebut tidak hanya dibebankan pada Dinas Kesehatan, tapi uga di Satpol PP yang bertugas sebagai penegak protokol kesehatan, Dinas Sosial dengan bantuan sosialnya, jadi beliau emmang sangat kooperatif.” (Hakam, 2022)

Komunikasi yang dilakukan Hendrar Prihadi dengan birokrasi pun cukup baik. Dengan menimbulkan diri sebagai rekan kerja sehingga tidak adanya batasan atau sekat antara seorang pemimpin dengan bawahan meskipun secara hierarki tetap terdapat batasan antara atasan dengan bawahan. Rapat rutin juga diadakan setiap bulan dengan sangat membuka

kritik dan masukan dari birokrat terhadap kebijakan yang akan dibuat. Sehingga sebelum kebijakan tersebut dikeluarkan akan dikaji terlebih dahulu dengan menampung kritik dan saran yang ada. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Sri Rahayu selaku Kasie Pelayanan Publik Kecamatan Semarang Tengah dan Bapak Moch Abdul Hakam selaku Kepala Dinas Kesehatan Kota Semarang

“Pak Wali ini ngalir saja sih kalau menurut saya, beliau selalu berusaha untuk tidak memperlihatkan sekat. Meskipun secara hierarki ya pasti tetap atasan, tapi secara praktek di lapangan sih beliau berusaha untuk menghilangkan itu.” (Rahayu, 2022)

“Iya. Kritik atau masukan kan biasanya untuk mengoreksi kalau misal dirasa ada yang kurang pas begitu. Kita juga mau nya kebijakan tersebut kan mampu menyejahterakan rakyat, membawa dampak yang baik. Jadi sebelum kebijakan tersebut di keluarkan akan dikaji dulu dengan dibuka nya kritik dan saran. Nah dari kritik tersebut diharapkan apa yang menjadi harapan masyarakat bisa terpenuhi.” (Hakam, 2022)

BAB IV

**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK HENDRAR PRIHADI DALAM
MEMBANGUN CITRA SEBAGAI PEMIMPIN POPULIS DI MEDIA SOSIAL**

A. Media Sosial dan Gaya Komunikasi Hendrar Prihadi di Ruang Virtual

Hendrar Prihadi dikenal dengan gaya kepemimpinan yang dekat dengan rakyat. Hal tersebut dapat dilihat bagaimana interaksi yang dilakukan baik secara langsung maupun di dalam media sosial nya dan bagaimana setiap postingan nya mendapat engagement tinggi dari khalayak. Selain itu animo masyarakat dalam mengomentari postingan-postingan tersebut yang direspon langsung oleh Hendrar Prihadi menunjukkan bahwa tidak adanya jarak dengan masyarakat. Masyarakat diberikan ruang kebebasan dalam menyampaikan pendapat maupun aduan-aduan terkait permasalahan yang terjadi. Juga interaksi yang dijalin dengan masyarakat melalui media sosial nya yang bersifat dua arah. Hal tersebut seperti yang diungkapkan oleh Joko Hartono selaku Sekretaris Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Semarang sebagai berikut:

“Menurut saya komunikasi yang dilakukan Pak Hendi di media sosial itu keren, bagus karena komunikasi yang dilakukan bersifat dua arah. Beliau sangat responsive dengan apa yang menjadi keluhan atau aduan publik sedan respon yang diberikan termasuk cepat.”
(Hartono, 2022)

Kedekatannya dengan rakyat dan kemampuannya dalam membenahi Kota Semarang membuatnya termasuk menjadi salah satu pemimpin populis yang berhasil. Pencapaian-pencapaian yang didapat kerap dibagikannya dalam media sosial miliknya. Gaya kepemimpinan yang asik namun tegas membuatnya dapat merangkul semua masyarakat di berbagai kalangan. Selain itu mengenai program-program yang dijalankan untuk kesejahteraan rakyatnya membuatnya dikagumi oleh bawahan serta masyarakat Kota Semarang.

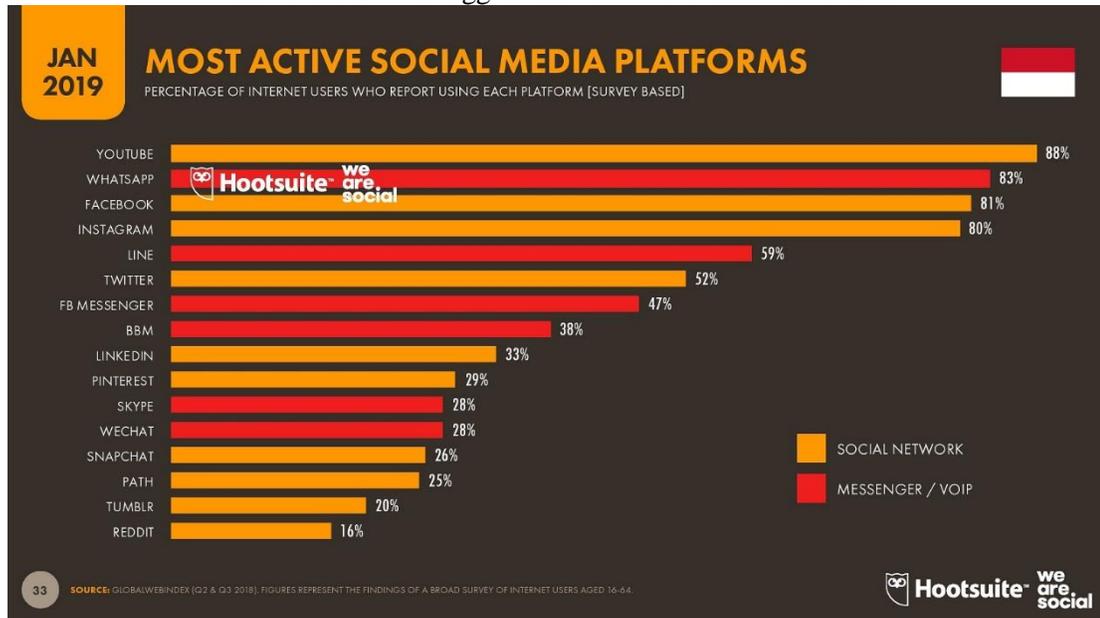
Berdasarkan dua varian populisme menurut startegi yang digunakan dalam Imelda (2011: 49-52), Hendrar Prihadi termasuk pemimpin populisme rasional. Populisme rasional mengandalkan prestasi, skill, kemampuan leadership yang dimiliki untuk mendapat dukungan dari masyarakat. Hendrar Prihadi memanfaatkan media sosial miliknya untuk menampilkan bagaimana gaya kepemimpinannya, menginformasikan mengenai prestasi yang diraih nya maupun yang diraih Kota Semarang. Hal tersebut menumbuhkan citra dalam dirinya sebagai sosok pemimpin yang berprestasi dan mampu memimpin Kota Semarang dengan baik.

Berbagai macam program yang dirancang secara bertahap direalisasikan dibawah kepemimpinan Hendrar Prihadi. Hal tersebut sejalan dengan bagaimana pemimpin rasional yang dituntut pula untuk bersikap rasional, yang tidak hanya mengumbar janji namun juga harus dapat merealisasikannya. Selain itu Pemimpin populis rasional akan berusaha membantu masyarakat kelas bawah untuk memiliki kemampuan daya beli (*demand*) sehingga mereka mampu memenuhi kebutuhan hidupnya dan dapat bersaing di pasar nantinya. Hal itu dilakukan Hendrar Prihadi dengan meningkatkan kualitas pendidikan masyarakatnya salah satunya dengan program sekolah swasta gratis. Program tersebut bertujuan untuk menekan angka putus sekolah di Kota Semarang (Nasrullah, 2019).

Dalam merepresentasikan gaya kepemimpinan populis tersebut, tentunya membutuhkan sebuah komunikasi. Pentingnya komunikasi dalam melaksanakan pergerakan politik seseorang menjadi teknik sebagai penghubung antara pemerintah dengan rakyat yang dilakukan baik untuk memobilisasi sosial untuk implementasi hubungan maupun memperoleh dukungan ataupun integrasi politik. Semakin majunya perkembangan zaman, membuat para politisi melakukan komunikasi politik tidak lagi melalui media konvensional saja, namun juga melalui media sosial yang mana kini menjadi wadah baru dalam menampung segala aspirasi rakyat juga sebagai panggung bagi para politisi mempromosikan dirinya.

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pengguna media sosial tertinggi di dunia. Berdasarkan laporan dari *We Are Social* jumlah pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2019 sebesar 150 Juta. Hal tersebut meningkat pada tahun 2020 menjadi 160 juta hingga pada tahun 2021 meningkat menjadi 170 juta. Platform media sosial yang diakses beragam mencakup Instagram, Youtube, Twitter, Whatsapp, Line dan lain sebagainya seperti pada data pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2019 berikut:

Gambar 4. 1 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia 2019



Sumber: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>

Berdasarkan data diatas empat platform yang paling banyak digunakan ialah Youtube yang mencapai 88% disusul Whatsapp sebesar 83%, Facebook sebesar 81%, dan Instagram sebesar 80%, lalu disusul platform-platform lain seperti Line, Twitter, FB, Messenger dan lain-lain. Hal tersebut membuktikan bahwa media sosial saat ini massif digunakan oleh berbagai kalangan di masyarakat. Masifnya penggunaan media sosial juga dimanfaatkan oleh para politisi untuk kepentingan-kepentingan politiknya seperti untuk berkomunikasi dengan masyarakat hingga sebagai media untuk membangun citra diri.

Salah satu politisi yang aktif dalam menggunakan media sosial ialah Hendra Prihadi yang merupakan Walikota Semarang. Hendrar Prihadi merupakan sosok kepala daerah yang aktif memposting berbagai kegiatan nya di media sosial yang ia miliki. Dari berbagai media sosial yang digunakan Hendrar Prihadi, penulis hanya berfokus pada penggunaan Instagram dan Twitter oleh Hendrar Prihadi yang dimanfaatkan untuk melakukan komunikasi dalam membangun citra nya sebagai pemimpin populis. Pemilihan dua platform ini dengan alasan bahwa Instagram dan Twitter merupakan media yang paling aktif digunakan Hendrar Prihadi serta mendapat *engagement* terbanyak dibanding platform lain, sehingga hal tersebut memudahkan penulis dalam penggalian dan pengambilan data dalam penelitian ini.

Akun Instagram miliknya telah mendapat verifikasi resmi dengan 326.000 pengikut serta akun Twitter miliknya juga sudah mendapat verifikasi resmi dengan 82.100 pengikut. Dilihat dari *engagement* yang didapat, hanya mendapat *engagement* sebesar 1%-10% saja dari jumlah pengikutnya. Namun hal tersebut menjadi rata-rata *engagement* yang juga didapat oleh politisi lain yang aktif di media sosial seperti Ridwan Kamil, Ganjar Pranowo, Tri Rismaharini dan juga politisi lainnya. Menjadi salah satu politisi yang aktif dalam membagikan postingan dan populer di media sosial membuat Hendrar Prihadi mendapat penghargaan sebagai *Best Social Media Performance* yang dianugerahkan oleh SoloPos Digital Awards yang diselenggarakan pada 4 Agustus 2021.

Hendrar Prihadi menggunakan media sosial Instagram dan Twitter untuk berbagai kepentingan seperti untuk menyampaikan hasil kerja, menginformasikan terkait progress pembangunan sarana dan prasarana kota maupun menampilkan prestasi dan pencapaian yang diraih selama kepemimpinannya. Seperti yang diungkapkan oleh Muhammad Syofii, selaku Program Officer di Lembaga Swadaya Masyarakat Pattiro Kota Semarang dan Cahyo Seftyono, selaku pengamat politik:

“Saya melihat dari bagaimana Pak Hendi menggunakan media sosial itu beliau berusaha untuk menyampaikan hasil kerjanya, seperti beliau yang melakukan checking di lapangan terkait hasil pembangunan atau menampilkan hasil-hasil pembangunan berupa video dan gambar.” (Syofii, 2022)

“Kalau di media sosial seperti yang saya bilang bahwa beliau lebih banyak mengekspos pencapaian Kota Semarang..” (Seftyono, 2022)

Hasil kerja maupun prestasi dan pencapaian yang telah Hendrar Prihadi yang ditampilkan dalam media sosial bisa dilihat dalam rangkaian postingan Instagram @hendrarprihadi sebagai berikut:

Gambar 4. 2 Postingan Penerimaan Penghargaan Anugerah Parahita Ekapraya



Sumber: https://www.instagram.com/p/CU92r25BQNe/?utm_source=ig_web_copy_link

Postingan diatas telah mendapat 3.234 likes dan 61 komentar. Respon yang diberikan terkait postingan tersebut beragam seperti komentar yang diberikan oleh **wastrabatik_semarang**: “Alhamdulillah ... selamat dan sukses pak wali untuk kota Semarang yg lebih Hebat”, **munaawaroh76**: “Alhamdulillah selamat njeh pak”, **fkk_dadapsari**: “Selamat dan Sukses Bpk Walikota atas Anugrah Parahita Ekapraya. Kategori Utama Semarang Semakin Hebat”, **sitinurkhasannah**: “Mantap pak , semoga semarang terus maju bersama pak wali kota.”, **windhifebrinaaa**: “Alhamdulillah”, **tantyo_aldama**: “Pak @hendrarprihadi maaf mau Tanya saya mau ngurus ktp hilang namun suruh ambil antrian online tapi udah hampir seminggu kok antriannya ngga ada ya pak? Setiap hari saya cek tengah malam”, **djokoesilo.jack**: “Josss Tenan Semarang makin hebat dan berprestasi... sukses Bos Hendi”, **grahacitragading**: “Selamattt kota semarang semakin jaya!!”, **elia_bandi**: “Selamat Pak Hendiii”, **shofiea13**: “Pak harga miyak semakin mahal”

Gambar 4. 3 Postingan Penerimaan Penghargaan Pelayanan Publik Terbaik



Sumber: https://www.instagram.com/p/Ca1ZNHSIJ77/?utm_source=ig_web_copy_link

Postingan diatas telah mendapat 3.397 likes dan 141 komentar. Respon dalam kolom komentar postingan tersebut beragam berupa pujian yang diberikan hingga keluhan-keluhan dari masyarakat seperti pada beberapa komentar berikut; **sendytita**: “Pak mohon diabntu diriview apakah perumahan sampangan view layak dijadikan lahan pemukiman / lahan hijau karena sudah 5 tahun tapi SHM semua komplek tidak keluar dan saat ditanyai kejelasan SHM nya selalu tidak memberikan jawaban...”, **elina_sena1425**: “ijin menyampaikan bapak. Sy selaku istri pramudi butuh kejelasan gaji jg dr PT yg ditempati suami sy bekerja..”, **mbah.rimba**: “Kami dari Forum Potensi Relawan Semarang merasa bangga dengan prestasi, dedikasi, dan gerak nyata dari pak @hendrarprihadi yang luar biasa utk Semarang Semakin Hebat Cemerlang... Salam Tangguh.. sehat selalu bapak...”, **ambarwatienny**: “Iya memang semarang is the best.. ngurus2 apapun serba gampang d bnding yg lain”, **banksampah_mawarmerah**: “Saya bangga dg kotaku yaitu Kota Semarang, berkat beliau nya bp Hendy majulah Kota Semarang”, **iburukinii**: “mohon ada pemutihan buat bpjs yang nunggak pak suwun”, **sutirah7497**: “Mohon maaf pak, PTSL ternyata bayar BPHTB ya.. pak, lain kota ada yg tidak bayar alias gratis, saya setelah emnerima sertifikat ternyata lanjut harus

bayar BPHTB, kok nggak gratis pak”, **andkhlis**: “Selamat pak wali”, **mami.iin**: “Lho pak wali.. PBB utk thn ini kok nlm turun njih..”, **sullistyonosulis**: “Selamat pak...semoga tdk cpt puas dng predikat ini njih,, makin semangat bersma masyarakat untuk menjadi Semarang Makin Hebat...”

Gambar 4. 4 Postingan Penghargaan Kota Wisata Paling Bersih di Asia Tenggara



Sumber: https://www.instagram.com/p/B7ealfglY43/?utm_source=ig_web_copy_link

Postingan diatas mendapat 61.217 likes dan 196 komentar. Respon yang didapat beragam seperti pujian, saran, rasa bangga yang ditampilkan hingga komentar berupa keluhan yang disampaikan seperti pada beberapa komentar berikut; **ddwiwibowoo**: “ayo wisata ke Semarang @fajarpejur @denikur_27”, **lenaaaarm**: “pak petugas kebersihannya ditambah upahnya ya biar semakin semangat bekerja”, **delicious_devi**: “Yay!! Selamat ya pak Hendi, selamat ya sedulur2 se-Semarang. Target berikutnya: kota terbersih se-ASIA!!! Terus ... SEDUNIA!!!”, **herininonik**: “Tapi kalo nonton konser masih pada sering buang sampah sembarangan”, **abang_encus**: “Pakk tolong ya petugas kebersihan kotanya diapresiasi”, **lasomak**: “Bangga jadi warga semarang dan bangga punya walikota dengan wakilnya atas prestasinya”, **barunazn**: “Alhamdulillah Genuk Indah”, **deniiqbaltawakal**: “Selama saya wisata ke kota semarang jujur sangat puas ketika melihat kota lama semarang yg sangat bersih”, **kimsizul**: “Semakin ditingkatkan lagi.. Seng resik” dalam diparingi baju pemantul

cahaya pak. Nek subuj ga ketok. Ndrawasi pak..”, mtegar_saputra: “Parkit koa lama minta tolong ditertibkan kembali pak @hendrarprihadi”

Penyampaian hasil kerja serta prestasi dan pencapaian yang didapat Hendrar Prihadi dalam beberapa postingan Instagram diatas berkitan dengan teori Presentasi Diri dalam *Computer-Mediated Communication*, yang mana presentasi diri dalam penggunaan internet dilakukan dengan memperlihatkan hal-hal positif dan menghilangkan kesan negatif, lalu mengkontekstualisasikan konten dengan bingkai yang menyenangkan (Apriliani, 2020: 80-94). Berdasarkan lima kategori presentasi diri yang dikemukakan oleh Jones dan Pittman (1982) Hendrar Prihadi termasuk ke dalam kategori *Self-promotion* yaitu bagaimana Hendrar Prihadi menampilkan prestasi dan pencapaiannya untuk membangun citra dari khalayak sebagai seorang pemimpin yang kompeten dan telah membawa keberhasilan. Postingan terkait prestasi dan pencapaiannya dikemas dengan menarik dibumbui caption yang dapat memberikan persepsi baik dari khalayak meskipun tidak merasakan hal tersebut secara langsung, seperti yang diungkapkan oleh Cahyo Seftyono selaku pengamat politik:

“Jadi yang saya lihat dari Mas Hendi itu ya memang benar-benar sesuai dengan kebutuhan publik tetapi dia berhasil mengemas itu secara menarik, sehingga kemudian orang yang tidak merasakan dampaknya langsung itu dia mendapatkan apa ya.. semacam penilaian yang positif. Contohnya begini, pembangunan di kota lama, orang-orang di Gunungpati itu sebenarnya tidak merasakan dampak apa-apa. Tapi orang-orang Gunungpati itu bias ikut senang. Oh Kota Lama saiki iso dingo dolanan, iso dingo selfie-selfie. Jadi orang ketika merasakan itu berarti benar-benar ada yang positif, sehingga kemudian ketika dikemas secara optimal itu bias dirasakan orang lain diluar mereka begitu. Nah itu yang saya anggap di Mas Hendi cukup berhasil.” (Seftyono, 2022)

Hendrar Prihadi sangat memperhatikan warganya. Dilihat bagaimana ia kerap menanggapi dan merespon ketika ada sebuah musibah yang dialami warga Kota Semarang. Hal tersebut dilakukan dengan memberikan bantuan dan santunan terhadap warganya secara langsung yang juga ditampilkan dalam media sosialnya sebagai berikut:

Gambar 4. 5 Postingan Pemberian Bantuan Oleh Hendrar Prihadi Berupa Bedah Rumah



Sumber: https://www.instagram.com/reel/CaEDkA4hD0I/?utm_source=ig_web_copy_link

Postingan tersebut mendapat 4.544 likes dan 84 komentar. Respon yang didapat beragam seperti pada beberapa komentar berikut; **na.ri.ni**: “Pak, Bedan Duwur jalannya ambrol separo... Talang sari IV sudah dua tahun jalan tidak diperbaiki, mohon bantuannya pak, karena makin lama berbahaya..”, **d.aviani**: “pak didaerah banyumanik, tetangga saya ad yang tidak punya rumah..mendirikan bangunan untuk tempat tinggal seadanya dikebun orang...mohon antuannya pak.”, **sulistiyo410**: “#hendrarprihadi pak Hendi rumah saya dulu pernah di survey tp smp sekarang blum dibedah rumah”, **yuliprasetyono**: “Mohon maaf pak hendi sekedar info saja, sepanjang jalan depan rs tugurejo banyak yang berlubang mohon segera di tindak lanjuti karena berbahaya bagi pengguna jalan”, **arditheone**: “Pak Hendi kie ta amati kok mesti lucu lho...”, **lia_manisi**: “MasyaAllah Mugi di paring sehat teus injh bapak @hendrarprihadi”, **muchamad.sochib**: “Go go pilpres pak”, **satriojokotingkir7**: “Mohon ijin pak, mengenai Usulan bedah rumah yg di plamongan sari kelanjutannya bagaimana njih pak. Sudah 2 bulan lebih semenjak peninjauan dari disperakim belum ada kabar lagi. Matur nuwun.”, **pentolpedaspremium_semarang**: “Humorku sebatas susu biar sehat, biar jadi imut meneh”, **shini_souvenir**: “Imut kaya bapak..sehat slalu pak”, **andkhlid**: “Senang lihat pak

wali blusukan ketemu warganya bisa sambil bercanda, jarang pemimpin sekarang yg rajin lihat rakyatnya, “Biar imut buk minum susu, sukses terus pak wali, panutanku

Gambar 4. 6 Postingan Pemberian Bantuan oleh Hendrar Prihadi Kaki Palsu Untuk Reno



Sumber: https://www.instagram.com/reel/CYBZwx0hOwv/?utm_source=ig_web_copy_link

Postingan diatas mendapat 12.294 likes dan 262 komentar. Respon yang didapat beragam seperti pada beberapa komentar berikut; **hariyanto_dw**: “Mas Hendy.. yes”, **ipulz_supradvedture**: “Maturnuwun pak..”, **tarjo_manuk**: “Pak @hendrarprihadi mohon baca DM pak”, **firzarafell**: “sehat selalu dek”, **irma_identix**: “Gusti Berkahi, pak walikota ku berhati mulia”, **cr4zzy1d**: “semoga menjadi berkat buat sesame Pak.”, **achbudis**: “Sehat selalu Pak @hendrarprihadi”, **ikhtaroma_ima**: “Sehat terus ya pakk”, **evendy_gateh**: “Sehat trus pak @hendrarprihadi”, **betasunardi9090**: “Barokallah pak @hendrarprihadi”, **hafidzmc**: “Terimakasih pak hendi, luarbiasa”, **dianahani__**: “Nangis aku... Saba ya nanggng”, **fr_dedy**: “Pak @hendrarprihadi kapan kota Semarang seperti kota2 lainnya di indo... Gratis rmh skt hanya dgn menunjuksn KTP... saatnya Semarang berbenah lbh baik pak . krn msh byk masy yg ga punya bpjs atau nunggak ga bs byr bpjs... hrs ngurus admin berbelit2, pk sctm,dan syarat2 lainnya yg njilimet”, **talapo21**: “Alhamdulillah...barokallah pak hendi”, **satriawsa**: “mugi2 nular apike koyo ngene ke perwakilan rakyat lain.

Selain itu, Hendrar Prihadi juga berusaha menampilkan dirinya sebagai pemimpin yang dekat dengan rakyat yang dialkakukan dengan tinjauan langsung di lapangan yang mana kondisi tersebut dilakukan untuk melihat secara langsung keadaan masyarakat Kota Semarang. Hal tersebut seperti dalam kegiatan Tilik Kampung yang dilaksanakan di beberapa wilayah seperti dalam postingan Instagram @hendrarprihadi sebagai berikut:

Gambar 4. 7 Postingan Program Tilik Kampung



Sumber: <https://www.instagram.com/hendrarprihadi/>

Postingan mengenai program tilik kampung diatas mendapat 8.000 hingga 46.000 likes dengan komentar yang beragam, seperti komentar mengenai ucapan terimakasih, pujian, hingga komentar mengenai aduan dan keluhan beberapa orang terkait permasalahan yang dihadapi yang berkaitan maupun yang tidak berkaitan seperti pada beberapa komentar berikut; **satria_arsyila**: “Mbog kampunge kulo ditilik i pak bertahun2 tidak ada jalur pembuangan (got) hanya mengandalkan penyerpan saja mesakke bangunane” **advokat_anisah_sh**: “Terimakasih Bapak Walikota @hendrarprihadi yg telah berkenan mengunjungi rumah produksi Tempe Tjarita Lamper Kidul... Sukses Selalu Salam Lanjutkan”, **@dicky.qicun**: “2dekade Hendi Ita”, **risarisa580**: “Karangroto kok gak jadi di tilik pak hendy,, warga ku ciwa, banyak pekerjaan yang tertunda, karena menunggu kedatangan bapak walikota semarang”, **adifrmnsyih**: “Sronдол wetan pak”, **dtambuang**: “Matur nuwun bapak. Sampun kerso pinarak wonten dusun Kawulo. Berdikari Sronдол kulon. Kawulo warga Bungah LAN

trenyuh. Teseh wonten pengayom ingkang kerso pinarak wonten dusun kalian blusukan. Amien sehat selalu njih pak”, ranisandi348: “kapan berkunjung ke hati saya”, a_kusmanto: “Monggo p hendi sebelum desember bisa di bantu unt perubahan kawasannya unt wilayah kami rw 08&09 .@Dinas tata ruang kota semarang”, andicoapriliano: “Tandang pak wkwkk”, tri3yuli9: “Tiliknya ngajak b tejo nggak pa? Nnt d nyinyirin lho..”, sitisayuda: “Kapan tilek ke semarang selatan pak hendi”, _nataliadd: “Mlatibiru, Semarang Timur kapan ya pak?”, syarifudin_as: “Mugi2 sehat wal afiat nggih pak panjenengan..supaya bisa memimpin kota semarang lagi..kedepan Insya Allah..bisa jdi jateng 1 nggih njenengan...”, triyono9513: “Matusuwun pak hen sampun tilik kampong Kulo njih Mugi diparingi slamet lancar sedoyo, kullo tenggo Malih njih kampong desel”

Pada konten-konten yang ditampilkan berupa kedekatannya terhadap warga Kota Semarang yang dilakukan dengan pemberian santunan dan bantuan terhadap masyarakat serta dengan tinjauan langsung di lapangan menjadikan gaya komunikasi Hendrar Prihadi juga termasuk kedalam kategori *Ingratiation*. Strategi ini dilakukan seseorang untuk melihat hal apa yang disukai oleh audiens lalu memunculkan image tersebut dalam dirinya. Hendrar Prihadi menggunakan strategi ini untuk menyampaikan pesan-pesan dalam komunikasi nya di media sosial untuk menumbuhkan citra sebagai pemimpin yang baik yang mana hal tersebut dilakukan dengan memberikan bantuan-bantuan atau santunan kepada rakyatnya.

B. Strategi Hendrar Prihadi Dalam Membangun Komunikasi Politik di Media Sosial

Dalam menyampaikan pesan-pesan politik melalui postingannya, tentu nya membutuhkan sebuah langkah agar strategi komunikasi politik yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh khalayak. Hendrar Prihadi telah menggunakan langkah dalam merancang strategi dalam melakukan komunikasi politik berdasarkan apa yang dikemukakan oleh (Ardial, 2009: 85-94) yaitu Memahami Khalayak, Menyusun Pesan, Menetapkan Metode, Memilih dan Memilah Media. Keempat langkah-langkah ini dijelaskan lebih lanjut pada pembahasan dibawah ini.

1. Memahami Khalayak

Dalam startegi komunikasi politik sangat diperlukan sebab khalayak cenderung akan memilih pemimpin yang memiliki ideologi sama dengan mereka. Khalayak merupakan komponen penting sebagai penerima informasi sebab khalayak dalam komunikasi politik dapat memberikan umpan balik atau respon baik berupa pikiran, sikap ataupun perilaku politik

yang diperankannya. Hendrar Prihadi dalam menggunakan media sosial nya sangat memperhatikan khalayak yang akan menjadi peneriman pesan nya. Ia tahu siapa yang menjadi target penerima pesannya, sehingga dalam pengemasan konten akan disesuaikan dengan khalayak yang menjadi targetnya. Kelompok muda merupakan khalayak yang menjadi target Hendrar Prihadi dalam melakukan komunikasi di media sosial. Seperti yang diungkapkan oleh Wulan Asih Setyarini selaku Sub. Koordinator Pengelolaan Informasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Semarang:

“...Pak Hendi juga punya strategi dalam melakukan komunikasi mengingat saat ini kan populasi di Indonesia di dominasi oleh anak-anak milenial makanya beliau menjangkau mereka melalui media sosial seperti Instagram, Twitter, Youtube dan lan-lain. Menurut saya itu merupakan cara yang tepat, yang oke buat Pak Hendi dalam melakukan komunikasi publik dan komunikasi politik.” (Setyarini, 2022)

Hal tersebut dapat dilihat bagaimana postingan-postingan di Instagram milik nya yang cenderung mengikuti trend masa kini, seperti dengan penggunaan *template* sebagai berikut:

Gambar 4. 8 Postingan Kegiatan Hendrar Prihadi



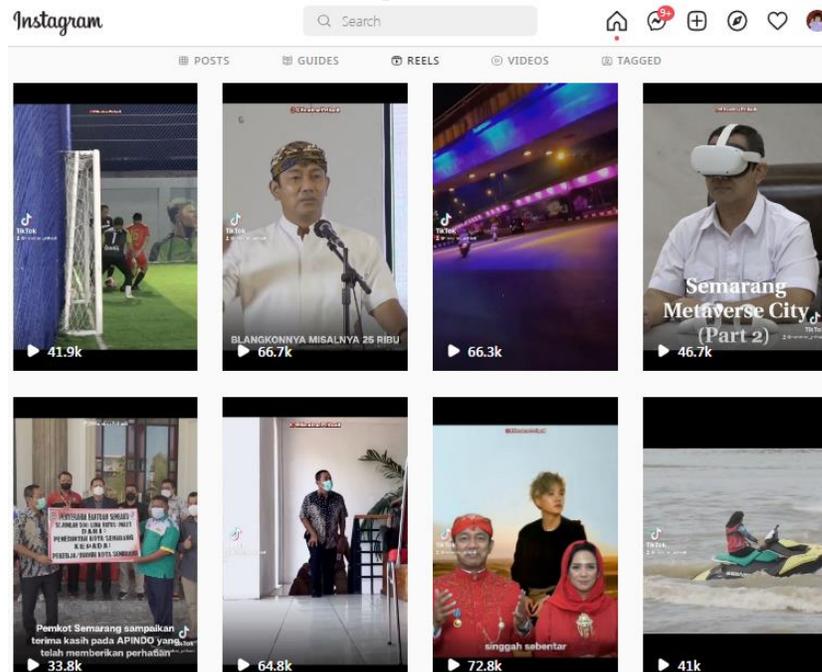
Sumber: https://www.instagram.com/reel/Caedh2yh-Fv/?utm_source=ig_web_copy_link

Postingan diatas mendapat 9.619 likes dan 155 komentar. Respon dalam menanggapi postingan tersebut beragam seperti menanggapi dengan bercandaan, pujian dan harapan juga beberapa memberikan keluhan nya di dalam postingan tersebut, seperti pada beberapa

komentar berikut; **rasyarini**: “Pak @hendrarprihadi tolong perutnya dikondisikan... Diposting di medsos lho ini”, **yoeyoen_marieni**: “Sehat selalu pak”, **mazalam_291**: “Sehat panjang umur kagem tiang tiang sae njih.. Barokallah..”, **yanuaryara**: “Sehat selalu pak doktor hendi.. ttep nsemangat”, **djokoesilo.jack**: “Bos hendi dgn gowes sehat dan bermanfaat buat kaum duafa”, **igna.nico**: “Maaf pak, Kok ga pake masker pak...”, **citradewi926**: “Pak hendi nyuwun tulung, JL.kawi nek ndalu peteng pak, mbok nyuwun diparingi lampu pak.. suwun nggih pak”, **yanuaregh**: “uihh rocketrocker backsongnyaa ajib anak indie pak hendrar”, **yudan5150**: “Pak,, Spill sarung tangannya donk.. Ketoke kok apik men”, **tiarayahud**: “Sehat selalu pak wali”, **bagungnugroho**: “Sehat selalu walikota ku....aamiin ya rabbal alamin”, **widi.rahayu.7355**: “Pak wali kpn ke depok psar prembaen bgi sembako ke pedagangnya pak.”, **bobbygafur**: “Mantap pak Wali.. turun langsung ke lapangan”

Selain itu, penggunaan fitur terbaru Instagram yaitu fitur *Reels* juga digunakan sering digunakan oleh Hendrar Prihadi. Fitur *Reels* sendiri merupakan fitur yang dapat memungkinkan pengguna nya untuk merekam dan membuat video pendek dengan dilengkapi pilihan audio, efek serta *tools* kreatif lainnya. Fitur tersebut merupakan fitur yang saat ini banyak di kalangan pengguna Instagram khusus nya anak muda untuk membuat konten kreatif atau sekadar berbagi video. Hendrar Prihadi sebagai salah satu walikota yang aktif di media sosial juga sering menggunakan fitur *Reels* untuk membagikan video-video yang bersifat informatif atau hanya sekadar membagikan video kegiatan rutinitas nya, sebagai berikut:

Gambar 4. 9 Postingan Reels Hendrar Prihadi



Sumber: <https://www.instagram.com/hendrarprihadi/>

Hendrar Prihadi juga kerap membagikan dukungannya terhadap tim sepak bola Semarang atau PSIS yang dapat dilihat dalam rangkaian *tweets* yang dismapaikan melalui @hendrarprihadi dari Januari 2020 hingga Maret 2022 sebagai berikut:

1. *Mulai ada titik terang setelah bertemu mas @yoyoksukawi dkk.. Harapannya tentu tetap Stadion Jatidiri dapat segera siap nantinya, namun sebelum itu segala upaya wajib dilakukan @psisfcofficial #PSISstillloveyou #SemarangSekarang #BergerakBersama #SemarangHebat #PSIS #PSISsemarang (8 Januari 2020)*
2. *Yoh iso yoh! @psisfcofficial (1 Maret 2020)*
3. *Kemenangan @psisfcofficial yang pertama di musim ini -- semoga bisa terus berjalan sesuai harapan yoh ! #PSISsemarang #YohIsoYoh #SemarangSemakinHebat (7 Mei 2020)*
4. *Selamat Ulang Tahun @psisfcofficial Semoga Selalu Di Cintai Masyarakat Semarang dan Jawa Tengah -- #8angkit8erdiri (18 Mei 2020)*
5. *Alhamdulillah, semangat kagem @psisfcofficial-- (4 Maret 2021)*
6. *#DukungDariRumah @psisfcofficial (21 Maret 2021)*
7. *Alhamdulillah.. jangan cepat puas -- perjalanan masih panjang #PSIS #PSISsemarang #BergerakBersama #DukungDariRumah #PialaMenpora (25 Maret 2021)*
8. *Terlepas dari hasil yang didapatkan -- perjuangannya sudah hebat, harus diapresiasi. semoga @psisfcofficial lebih beruntung di kompetisi yang lain selamat @PSM_Makassar #PSIS #PSISsemarang (9 April 2021)*
9. *perjalanan liga 1 masih panjang.. Yoh Iso Yoh @psisfcofficial! Optimis! #PSISsemarang (12 September 2021)*
10. *Selamat! Terus lanjutkan perjuangan @psisfcofficial! #YohIsoYoh (18 September 2021)*

11. GAS POL NDANGAK ! @psisfcofficial #PSISsemarang #YohIsoYoh (3 Oktober 2021)
12. JUMAT BERKAH. SEMARANG ORA SEPELE selamat @psisfcofficial yoh tempel ketat yoh ! #PSISsemarang #BergerakBersama (15 Oktober 2021)
13. BISMILLAH.. OPTIMIS ! @psisfcofficial bisa tetap bersaing di papan atas. disyukuri 1 point #YohIsoYoh #PSISsemarang #PSIS #BergerakBersama (26 November 2021)
14. Alhamdulillah.. jadi 3 point lop u full @psisfcofficial#PSIS #PSISsemarang #BergerakBersama (21 Desember 2021)

Serangkaian tweets yang menampilkan dukungan terhadap PSIS tersebut menjadi salah satu strategi dalam memahami khalayak yang mana untuk menciptakan kedekatan emosional dengan target audiens nya yaitu pendukung PSIS yang di dominasi oleh kelompok muda, seperti yang diungkapkan oleh Muhammad Syofii selaku Program Officer Lembaga Swadaya Masyarakat Pattiro Semarang:

“Saya kira saat ini, bagaimana Pak Hendi menampilkan dukungannya terhadap sepak bola kota semarang dan bagaimana pak hendini berusaha mendekati diri dengan kelompok-kelompok muda dan itu salah satu yang memang perlu di capture juga..”

“..Lalu juga beliau sering memposting yang berkaitan dengan olahraga dengan menunjukkan dukungannya untuk PSIS. Hal tersebut tentunya akan memberikan ikatan emosional tentunya bagi anak-anak muda terhadap Pak Hendi.” (Syofii, 2022)

2. Menyusun Pesan

Dalam langkah ini, Hendrar Prihadi telah menggunakan pesan-pesan yang membangkitkan perhatian dari khalayak. Dengan memberikan harapan atau hasil yang relevansinya kuat dengan apa yang dibutuhkan pribadi atau kelompok maka pesan politik tersebut mampu menarik perhatian khalayak. Hal tersebut dilakukan dengan berbagai macam pesan yang bersifat informatif, persuasif, atau hanya pesan-pesan pengingat yang diposting dalam akun sosial media nya. Pesan-pesan dalam akun media sosial Hendrar Prihadi dikemas dengan menarik ditambah dengan caption di setiap postingan yang berbentuk video yang mana hal tersebut untuk memperjelas kalimat di dalam video nya serta dapat memudahkan pengikutnya dalam menerima pesan tersebut.

3. Menetapkan Metode

Metode dalam komunikasi politik yang dilakukan Hendrar Prihadi berupa pesan yang bersifat informatif dan persuasif dan redundancy. Penyampaian pesan yang bersifat informatif merupakan suatu bentuk pesan yang memiliki tujuan untuk mempengaruhi khalayak dengan memberikan penerangan yang sesuai fakta dan data serta pendapat yang benar (Arifin, 2008: 74). Hendrar Prihadi kerap membagikan postingan yang berisi informasi-informasi penting

dengan memberikan penjelasan mengenai apa informasi yang disampaikan dengan dilengkapi penjelasan secara singkat agar masyarakat dapat memahami secara detail mengenai pesan yang disampaikan. Pesan informatif yang ditampilkan Hendrar Prihadi dapat dilihat dalam beberapa postingan Instagram @hendrarprihadi berikut:

Gambar 4. 10 Postingan Informasi Rumah Pempa Kota Lama



Sumber: https://www.instagram.com/p/CW6uspchgiF/?utm_source=ig_web_copy_link

Postingan diatas mendapat 7.444 likes dan 157 komentar. Respon yang didapat dalam konten yang memberikan informasi mengenai Benteng Kota Lama beragam seperti pemberian saran, pujian dan kekaguman seperti pada beberapa komentar berikut; **yuni_1524**: “Jgn lupa pemeliharannya lebih penting. Karna membangun lebih mudah daripada memelihara dan menjaga supaya tidak sia2 smua yg di bangun dengan baik nan indah. Salam sehat waras bergas!!!”, **jokosantos5790**: “Mantab pak”, **budy.utomo91**: “Pak... saya menyarankan kalau di daerah yg rawan banjir itu dbuatin sumur resapan sebanyak mungkin.”, **andkhlid**: “Merasa tercerahkan nun sewu pak wali”, **sukabola32**: “Josss.. Smoga daerah genuk juga ada.. Kersane imbang kota joss pinggirs nggeh josss..Josss Bersama... #wayahengerukkali”, **yogi.setiawan**: “Walikota ter the best”, **s.supriyati**: “Dia bukan gubernur lho... yg ono WAN ubud ngatasi banjirrrr acak jadul jadinya. Remokkk..remokkkk.. maju terus pak Hendi..pemilihan depan gubernur nggihhh,,”, **viiani786**: “Bisa memperkuat pertahanan

dalam melupakan mantan kah?, *tri.w.lestari*: “Sy pikir musium pak?”, *satyasatya_97*: “Ini yang di bahas pak walikota itu bangunan yang di MPU TANTULAR bukan yang di BUNDARAN BUBAKAN netijen”

Gambar 4. 11 Postingan Informasi Level PPKM Kota Semarang



Sumber: https://www.instagram.com/p/CVMzGQshiYk/?utm_source=ig_web_copy_link

Postingan diatas mendapat 21.904 likes dan 593 komentar. Respon yang diberikan dalam kolom komentar beragam yang menampilkan rasa syukur dan antusias dari masyarakat terkait penurunan level PPKM di Kota Semarang seperti pada beberapa komentar berikut; *noval_real*: “Alhamdulillah...semoga kuliah nya segera tatap muka iya pak”, *siluwok_ptpn9*: “Alhamdulillah”, *setyowatityas14*: “Pak, anak2 udh boleh masuk bioskop ndak belum ya pak??”, *wasinowasinow*: “Selamat Pak Wali. Mohon warga tetap diminta waspada”, *arismunandar3440*: “Pak Hendi, tolong terbitkan pernyataan agar warga muslim di Semarang bisa sholat berjama’ah tanpa berjarak lagi tetapi tetap memakai masker. Terimakasih”, *robinsonsh8392*: “Mudah-mudahan menjelang tahun baru kota Semarang keluar dari semua level, artinya bebas dari covid 19. Alhamdulillah”, *josephaji31*: “Matur Suwun Bapak Matur Suwun sedulur”ku Semarang”, *safa.nugraha*: “Alhadmulillah”, *eny.anggorowati*: “Hebat”, *Naomi.minanti*: “Puji Gusti, nanging tetep ampun supe prokes njih sderek sederek”, *destya.agustian*: “Udah boleh nonton bioskop kah anak2?”, *febry.aji*:

“Yoh pak yoh lepas masker.....udah kangen menghirup udara segar pak..udah bosan sama copet pak..”

Gambar 4. 12 Postingan Informasi Pembukaan Sentra Vaksinasi



Sumber: https://www.instagram.com/p/CQSk6zTl2wB/?utm_source=ig_web_copy_link

Postingan diatas mendapat 5.980 likes dan 414 komentar. Respon yang diberikan dalam kolom komentar beragam dalam menanggapi konten mengenai informasi sentra vaksin di Kota Semarang tersebut seperti kebingungan masyarakat yang belum begitu memahami syarat vaksin yang diperlukan, saran terkait pemberian vaksin agar semua warga Kota Semarang mendapatkan vaksin hingga antusias untuk melakukan vaksinasi di sentra yang tersedia dengan mengajak rekan nya yang dapat dilihat pada beberapa komentar berikut; **adelias_a**: “*maaf pak, untuk usia 18+ kapan pak??*”, **h_hermin92**: “*@megha_arifiani @fransiskafebridini yook daftar dulu yook*”, **lisa_susanti_76**: “*Untuk vaksin yg umum kapan y di adakany di kota semarang?Kok lansia semua*”, **yennyyoe**: “*Pak Hendi, maaf sebelumnya, untuk vaksinasi di semarang kenapa dipersulit sekali, awal katanya cm ktp jadinya harus bawa syarat lain2, ini situasi sudah darurat, seharusnya seperti jakarta jadi cepat, usia 18 keatas perlu banget untuk divaksin secepatnya @hendrarprihadi*”, **xiang2ndut2016**: “*Pak saya org smg tp ktp sby gimana ya. Bisa ikut vaksin tidak?*”, **nikefadila05**: “*Izin beropini, bagaimana kalau vaksinasi dilakukan tingkat rumah ke rumah disuatu RT sampai satu RW seluruh warga tervaksinasi dan sampai satu kelurahan sudah melakukan vaksinasi komplit supaya mengurangi penyebaran*

tingkat rumah pak”, **nhoemphlek75**: “Untuk umum (18+) kapan pak”, **budnlis**: “@hendrarprihadi apa Harus orang semarang Pak ang vaksin apa perantau boleh vaksin juga?”

Pesan dalam postingan Hendrar Prihadi di media sosial juga bersifat redundancy dan persuasif yang mana ia menggunakan hashtag #BergerakBersama di setiap postingannya secara berulang. Hashtag #BergerakBersama merupakan semboyan warga Semarang yang dimaksudkan untuk membangun kota Semarang bersama-sama dengan pemerintah, seperti yang dijelaskan Hendrar Prihadi dalam tweet berikut:

Gambar 4. 13 Postingan Penjelasan Semboyan Bergerak Bersama



Sumber: twitter.com/hendrarprihadi

Hashtag #BergerakBersama yang selalu disisipkan di setiap postingan Hendrar Prihadi di Twitter maupun Instagram termasuk ke dalam metode redundancy karena pesan tersebut dilakukan berulang-ulang yang tujuannya memberikan *awareness* kepada khalayak untuk ikut andil dalam pembangunan kota. Dalam metode redundancy dan persuasif yang dilakukan Hendrar Prihadi berupa pesan ajakan untuk khalayak dalam hal ini ialah warga Kota Semarang dengan berulang-ulang seperti dalam rangkaian tweets akun @hendrarprihadi berikut:

1. *Pemkot Semarang secara terbuka terus mengupdate informasi terkait virus Corona di Kota Semarang melalui website <http://SiagaCorona.SemarangKota.Go.Id> -- Pemerintah sedang bekerja -- Mari berpartisipasi #BergerakBersama saling menjaga, saling peduli, saling menguatkan #LawanBersamaCorona (18 Maret 2020)*

2. *Pemerintah Kota Semarang terus berupaya -- mari dukung dengan menjaga diri masing2 untuk menghentikan potensi penyebaran virus Corona (COVID-19) #BergerakBersama #LawanBersamaCorona 🎵 @listentofeast - Dalam Hitungan (23 Maret 2020)*
3. *#BergerakBersama mencegah penyebaran virus Corona di Kota Semarang -- cuci tangan setelah berinteraksi, jauhi kontak fisik sementara waktu, gunakan masker dan segera periksakan diri bila tidak enak badan, maksimalkan transaksi cashless #LawanBersamaCorona (23 Maret 2020)*
4. *Mari #BergerakBersama jaga diri tingkatkan daya tahan tubuh kita dengan asupan vitamin C dan E -- selain multi vitamin, banyak tanaman herbal yang juga bisa dikonsumsi dengan kandungan vitamin tersebut #LawanBersamaCorona (27 Maret 2020)*
5. *Tidak mudah menerima kenyataan bahwa ada sebagian dari sedulur2 kita dinyatakan masuk dalam kategori Orang Dalam Pantauan (ODP) COVID-19 -- mari berikan kepedulian untuk sedulur2 kita agar bisa melewati masa-masa sulitnya #BergerakBersama #LawanBersamaCorona (28 Maret 2020)*
6. *Mari Bergotong Royong Memutus Mata Rantai Penyebaran COVID-19 di Indonesia .. Pesan Ibu Megawati Soekarnoputri kepada 146 Kepala Daerah @PDI_Perjuangan di Indonesia melalui sambungan telekonferensi..#BergerakBersama #LawanBersamaCorona (3 April 2020)*
7. *Selamat malam selamat beristirahat -- jangan lupa besok bila memang terpaksa harus beraktifitas di luar rumah, gunakan maskermu, lindungi dirimu, lindungi sesamamu #BergerakBersama #LawanBersamaCorona #WajibPakaiMasker (6 April 2020)*
8. *Hari ini kembali ada kabar baik dari @rswongsonegoro_ terkait adanya 1 pasien lagi yang dinyatakan sembuh -- kesadaran dan kepedulian bersama untuk tertib menjaga diri menjadi kunci kita bersama #BergerakBersama #LawanBersamaCorona (7 April 2020)*
9. *Sayangi dirimu, sayangi keluargamu, sayangi sekitarmu, pakai maskermu -- #BergerakBersama #LawanBersamaCorona #SemarangLawanCorona (15 April 2020)*
10. *SWAB TEST DI PARAGON MALL. hari ini pengunjung dan karyawan yang berada di Paragon Mall langsung diminta mengikuti Swab Test di tempat. Mari menahan diri sejenak, dalam situasi pandemi ini 🙏 #BergerakBersama #LawanBersamaCorona #SemarangLawanCorona (20 Mei 2020)*
11. *JANGAN TERSERAH ! TETAP SEMANGAT !#BergerakBersama #LawanBersamaCorona #SemarangLawanCorona (26 Mei 2020)*
12. *KITA YANG TENTUKAN PILIHAN situasi ini butuh perjuangan bersama, satu saja tidak kompak, yang direncanakan bisa gagal -- mari bersama saling menjaga, saling mengingatkan #BergerakBersama #LawanBersamaCorona #SemarangLawanCorona (29 Mei 2020)*

Rangkaian tweets tersebut menampilkan ajakan Hendrar Prihadi kepada seluruh warga Kota Semarang untuk saling membantu dalam penanganan COVID-19. Dalam rangkaian tweets dapat dilihat bahwa Hendrar Prihadi selain menggunakan hashtag #BergerakBersama juga menggunakan hashtag #LawanBersamaCorona yang mana hal tersebut disampaikan secara berulang agar khalayak terus mengingat dan tidak melupakan pesan yang disampaikan.

4. Memilih dan Memilah Media

Langkah ini sangat diperlukan dalam langkah strategi komunikasi politik. Pemilihan media untuk melakukan komunikasi harus selektif yang berarti komunikator harus mampu melihat serta menyesuaikan kondisi dan keadaan khalayak dengan media komunikasi yang digunakan. Pemilihan media komunikasi juga diperlukan sebab disetiap media memiliki karakteristik masing-masing seperti Instagram yang berfokus dalam tampilan visual gambar dan video, ataupun Twitter yang berfokus dalam teks yang dibatasi 140 karakter. Hendrar Prihadi menggunakan Instagram untuk memposting terkait kegiatan yang dilakukan dalam bentuk foto dan juga video-video singkat. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh Wulan Asih Setyarini selaku Sub. Koordinator Pengelolaan Aspirasi dan Informasi Publik, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Semarang:

“Itu tergantung dengan karakteristik media yang digunakan. Kalau instagram kan lebih ke short video dan visual. Kalau Twitter kan memang micro-blogging dengan karakter terbatas. Nah itu disesuaikan beliau dalam mengemas konten sesuai dengan karakter media sosial masing-masing. Misal di Twitter kan 140 karakter ya udah langsung aja state-forward. Atau bisa saja mengambil link dengan kata-kata tetapi link nya dari instagram Sehingga visual nya dapet.” (Setyarini, 2022)

Instagram merupakan media sosial Hendrar Prihadi yang paling banyak memiliki jumlah pengikut serta *engagement* lebih tinggi dibanding Twitter. Pesan yang ditampilkan dalam Instagram Hendrar Prihadi lebih disuguhkan berupa foto yang di edit dengan menarik meskipun terkadang masih terdapat penambahan caption. Namun sayangnya penggunaan media Instagram lebih menekankan dalam pemberian informasi dibanding dengan interaksi yang dibangun melalui kolom komentar. Terdapat banyak keluhan maupun aduan yang kerap disampaikan masyarakat melalui kolom komentar Instagram, namun tidak terdapat tanggapan dari Hendrar Prihadi. Sedangkan dalam penggunaan Twitter lebih difokuskan untuk menulis cuitan terkait kegiatan atau berbagai macam informasi serta terdapat interaksi komunikasi dua arah dengan masyarakat secara lebih intens berupa balasan-balasan atau kutipan tweet yang dilakukan Hendrar Prihadi. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh Joko Hartono selaku Sekretaris Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Semarang sebagai berikut:

“Kalau di twitter kan ada pembatasan karakter ya, berbeda dengan instagram. Menurut saya kalau di twitter Pak Hendi lebih fokus dalam komunikasi dua arah dengan masyarakat. Kalau di instagram lebih ke bagaimana beliau menyampaikan pesan informatif. Jadi kalau di twitter ya beliau ini lebih menerapkan metode komunikatif untuk berinteraksi lebih instens dengan masyarakat.” (Hartono, 2022)

BAB V

TOPIK-TOPIK YANG DIUSUNG HENDRAR PRIHADI DALAM MEMBANGUN CITRA SEBAGAI PEMIMPIN POPULIS DI MEDIA SOSIAL

Terdapat banyak topik yang diusung Hendrar Prihadi dalam membangun citra sebagai pemimpin populis seperti topik pembangunan fisik, topik sampah, topik *smart city*, topik kesehatan dan lain sebagainya. Namun pada bab ini penulis hanya memberikan garis bawah pada tiga topik utama yang paling banyak disampaikan oleh Hendrar Prihadi di media sosial dan memiliki banyak *likes* dan menjadi isu-isu publik yaitu topik pembangunan fisik, topik ekonomi, dan kegiatan keseharian. Penulis berargumen bahwa tiga topik tersebut digunakan sebagai instrumen untuk membangun gaya kepemimpinan populisme Hendrar Prihadi yang utama melalui media sosial dan mendapat beragam respon. Eksplorasi lebih dalam mengenai temuan dan argumen yang penulis bangun pada bab ini dijelaskan dalam tiga sub dibawah ini.

A. Pembangunan Fisik

Keberhasilan Hendrar Prihadi dalam pembangunan daerah menjadikan Kota Semarang dinobatkan sebagai Kota Terbaik dalam perencanaan pembangunan. Untuk itu Hendrar Prihadi menjadikan topik pembangunan Kota Semarang sebagai salah satu konten yang sering dibagikan dalam media sosial nya. Konten mengenai pembangunan mencakup pembangunan infrastruktur juga dengan pembangunan fasilitas-fasilitas umum di Kota Semarang yang dikemas dalam bentuk *before and after* pembangunan atau proses pembangunan yang sedang berjalan dan pembangunan yang telah terselesaikan. Hal tersebut seperti yang diungkapkan oleh Cahyo Seftyono, selaku pengamat politik dan Muhammad Syofii, selaku Program Officer di Lembaga Swadaya Masyarakat Pattiro Kota Semarang berikut:

“Kalau kita mengikuti secara cukup cermat itu memang terasa banget pembangunan di masa Mas Hendi itu berbeda dengan walikota-walikota Semarang sebelumnya. Walaupun juga mereka juga punya capaian pembangunan. Namun dalam konteks ini memang Mas Hendi sangat asoratif. Walaupun mungkin juga Mas Hendi masih ada beberapa PR, namun dalam konteks pembangunan infrastruktur, terus kemudian fasilitas-fasilitas kesehatan dan seterusnya itu memang kalau yang saya dengar, Mas Hendi memang sangat consent.” (Seftyono, 2022)

“Kalau yang saya lihat pembangunan infrastruktur masih mendominasi, bagaimana itu ditampilkan dalam instagramnya, seperti pembanguna jalan, BRT dan taman dan itu jadi hal yang disampaikan beliau.” (Syofii, 2022)

Topik-topik pembangunan yang sering ditampilkan dalam media sosial Instagram Hendrar Prihadi berupa pembangunan infratraktur sebagai berikut:

Gambar 5. 1 Postingan Before and After Pembangunan Jalan Blancir Raya Pedurungan



Sumber: https://www.instagram.com/p/CPEkxydB1ji/?utm_source=ig_web_copy_link

Berdasarkan konsep Personal Branding yang dikemukakan oleh Montoyo & Vandehey (2008) dalam postingan tersebut Hendrar Prihadi telah membangun elemen *You* yaitu dengan penggunaan bahasa non-formal dalam caption “Blancir rak nggronjal, kadung love rak bakal ninggal (jarene) --”. Pesan tersebut dikemas dalam bentuk pantun yang menjelaskan bagaimana kondisi Jalan Blancir Raya sebelum perbaikan yang berlubang dan bergeronjal yang juga dikaitkan dengan selingan candaan terkait isu percintaan yang mana merupakan upaya untuk menyentuh seluruh lapisan masyarakat dengan bahasa yang santai sehingga mampu menciptakan sebuah kesan pemimpin yang dekat dengan rakyat. Keberhasilan dalam perbaikan Jalan Blancir Raya merupakan bentuk citra yang ditampilkan Hendrar Prihadi sebagai pemimpin yang berhasil. Elemen *Promise* yang dibangun yaitu dengan perbaikan jalan tersebut merupakan realisasi terhadap program pembangunan berupa pembangunan jalan yang mencapai ke pelosok Kota Semarang yang menjadi salah satu fokus Hendrar Prihadi yang disampaikan dalam Musyawarah Kerja Cabang VIII tahun 2017 (Dev_yandip, 2022). Pada

elemen *Relationship* dapat dilihat mengenai hubungan baik yang telah tercipta antara Hendrar Prihadi dengan masyarakat yang ditunjukkan *engagement rate* dalam postingan tersebut yang mencapai 6.088 *likes* dan 211 komentar tersebut yang beragam, seperti ungkapan apresiasi atau masukan yang disampaikan dengan baik oleh masyarakat Seperti komentar yang disampaikan oleh **newanseasean**: “Jalan tu ya pak di kasih marka garis2 panah biar tambah cantik” yang memebrikan saran untuk menambahkan garis marka agar memperindah tampilan jalan, **omsigid**: “@dpukotasemarang bangetayu jamus kapan dicor” yang langsung menyampaikan keluhan nya terkait Jalan Jamus dengan menyebut akun DPU Kota Semarang dalam komentarnya, serta **ajiaakbar_**: “wes sui ikuu nopo lagek saiki diposting.” Yang berkomentar terkait keterlambatan Hendrar Prihadi dalam memposting terkait perbaikan di Jalan Blancir Raya.

Gambar 5. 2 Postingan Proses Penambahan Ruas Jalan Sriwijaya



Sumber: https://www.instagram.com/p/CUtHAmVh1yA/?utm_source=ig_web_copy_link

Progress penambahan ruas Jalan Sriwijaya di posting dalam bentuk video berdurasi 39 detik yang menampilkan progress pengerjaan yang sudah mencapai 60% dan ditargetkan akan selesai pada akhir tahun 2021. Di dalam video tersebut ditambah dengan *background* lagu yang sedang banyak dibicarakan yaitu berjudul Dinda Jangan Marah-marah. Di dalam video tersebut menampilkan Hendrar Prihadi beserta jajarannya yang datang langsung ke lokasi untuk memantau proses penambahan ruas Jalan Sriwijaya. Hal tersebut mencakup elemen *You* yang

dibangun Hendrar Prihadi berupa citra yang kerap ditampilkan Hendrar Prihadi sebagai pemimpin yang dekat dengan rakyat. Upaya penunjukan kualitas diri sebagai pemimpin yang bertanggung jawab atas progress penambahan ruas jalan Sriwijaya dengan melakukan peninjauan langsung di lapangan. Caption “Semoga bisa tercapai sesuai target – Aamiin.. #BergerakBersama” menggambarkan harapan terkait target yang telah direncanakan sebelumnya agar penambahan ruas jalan Srwijaya dapat selesai dengan tepat waktu. Pada elemen *Promise* adanya pemenuhan harapan terkait permasalahan kepadatan lalu lintas yang kerap terjadi di daerah tersebut, sehingga penambahan ruas jalan Sriwijaya diharapkan mampu mengatasi permasalahan tersebut (Maarif, 2021). Postingan video tersebut telah mencapai 118.107 *views* dan 302 komentar dengan respon khalayak dalam postingan tersebut didominasi oleh keluhan maupun aduan masyarakat terkait jalan-jalan di daerah lain yang juga perlu untuk diperbaiki, seperti yang ditulis oleh **dixzap80**: *Jalan Gajahmada, pemuda, a Yani dan pandanaran di perhalus lagi pak @hendrarprihadi. Banyak lubang2 bekas galian yang tertutup asal2 an. Terimakasih*”, **danangmahardianp**: *“Selamat siang Pak @hendrarprihadi perempatan Meteseh (Pasar meteseh) Tembalang mungkin sudah sangat perlu untuk pemasangan Traffict Light/Lampu Bangjo apalagi saat jam berangkat dan pulang kerja pak. Cukup semrawut dan membahayakan meskipun sering ada orang awam (pak ogah) di situ. Matur nuwun*, **pandubud1**: *Jalan pandanaran pakkk... kejeglog terussss*” dan lain sebagainya. Selain itu terdapat juga beberapa komentar dalam bentuk dukungan atas adanya penambahan ruas Jalan Sriwijaya seperti yang ditulis oleh **mimi_mae69**: *“Hebat pak hendi.. kerja kerjaaaa.....kabupaten semarang nyusuul*”, **bambangsuprobo**: *“Ngene ki mantap*”, **woelandari02**: *“keren makin ombo jalane....“* Melihat engagement rate pada postingan tersebut dapat dikatakan Hendrar Prihadi juga berhasil dalam membangun elemen *Relationship*. Hubungan yang terjalin dengan masyarakat dalam kolom komentar tergolong baik. Keluhan serta aduan yang disampaikan masyarakat menggunakan bahasa yang baik tanpa menyinggung. Serta apresiasi yang diberikan masyarakat merupakan perwujudan rasa bangga masyarakat terkait adanya perubahan di Kota Semarang.

Gambar 5. 3 Postingan Program Penataan Kali Semarang



Sumber: https://www.instagram.com/p/CUFev1Zht12/?utm_source=ig_web_copy_link

Elemen *You* yang tercipta dalam postingan diatas berupa citra yang ditampilkan sebagai pemimpin yang memiliki keahlian dalam mewujudkan pembangunan Kali Semarang yang semula kumuh menjadi bersih dan lebih tertata. Pada caption “PAIDOMU SEMANGATKU – Pemerintah Kota Semarang malanjutkan program penataan kali Semarang yang sudah dimulai beberapa tahun terakhir. Penataan Kali Semarang pada tahun ini dilakukan selama empat bulan dan telah rampung pada September ini. MARI JAGA BERSAMA #BergerakBersama.” juga berkaitan dengan elemen *Relationship* yang tercipta yaitu Hendrar Prihadi yang menerima keluhan dan masukan terkait Kali Semarang yang disindir menjadi WC terpanjang di dunia. Pada elemen *Relationship* mencakup pula pada *engagement rate* pada postingan tersebut yang mencapai 19.603 likes dan 727 komentar dan menjadi postingan yang memiliki *engagement rate* paling banyak dalam topik pembangunan fisik. Postingan tersebut mendapat beragam komentar namun didominasi komentar yang mengutarakan pujian seperti yang ditulis oleh **lickesari96**: “Walikota paling top is the best bpk walikota”, **thebiil**: “mantaab..... salut.”, **alim_noor98**: “Keren.”, **apriesingedan**: “Istimewa Pak Wali @hendrarprihadi lanjutkan dengan karya2 yg indah untuk kota Semarang...”, **rajanya_mangut_beong**: “Bangga dng inerja waliota yg sekarang.” Postingan mengenai penataan Kali Semarang mencakup pula

elemen *Promise* yang merupakan realisasi dari konsep penataan wilayah di belakang gedung Lawang Sewu menjadi tempat ikonik yang dibuat juga public space agar bisa dimanfaatkan masyarakat yang telah direncanakan Hendrar Prihadi (Wycaksono, 2021). Penataan Kali Semarang juga merupakan pemenuhan harapan dari keluhan masyarakat terkait Kali Semarang yang kumuh dan bau. Keberhasilan dalam penataan Kali Semarang juga membuat Hendrar Prihadi sukses mengubah citra Kali Semarang yang sebelumnya dikenal sebagai WC terpanjang di dunia menjadi tempat ikonik dan mampu menjadi destinasi wisata di Kota Semarang.

Selain pembangunan infrastruktur Kota Semarang, terkait topik pembangunan fisik yang ditampilkan Hendrar Prihadi di media sosial juga termasuk pembangunan fasilitas publik seperti *sport center* dan taman kota seperti berikut:

Gambar 5. 4 Postingan Before and After Pembangunan Fasilitas Olahraga Kelurahan Trimulyo

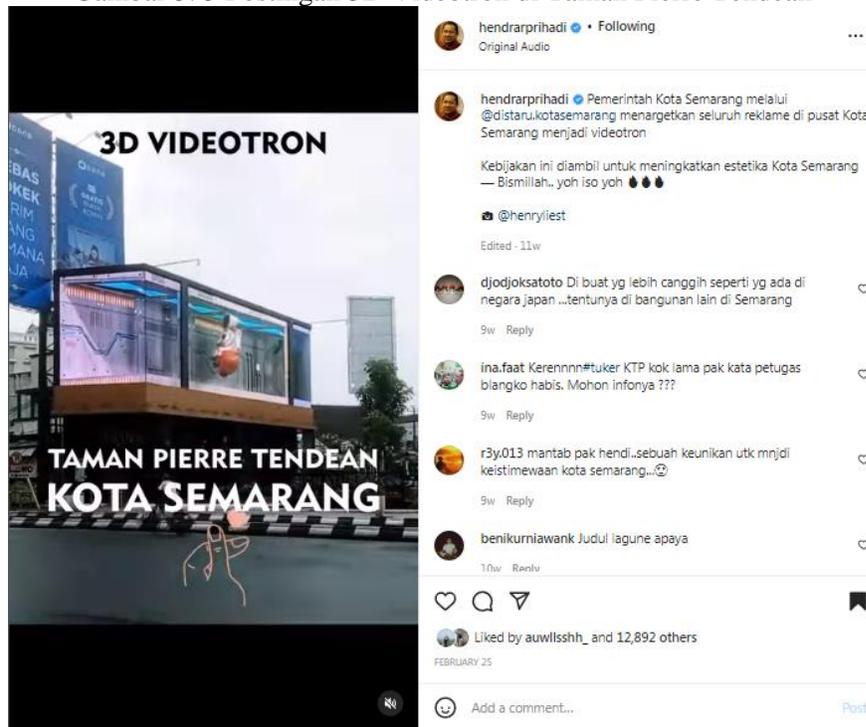


Sumber: https://www.instagram.com/p/CVmwzZDh86z/?utm_source=ig_web_copy_link

Elemen *You* yang dibangun Hendrar Prihadi berdasarkan postingan diatas ialah mengenai perhatian yang diberikan kepada rakyat. Dikenal sebagai sosok yang dekat dengan rakyat, tentunya Hendrar Prihadi mengupayakan kesejahteraan rakyatnya tidak hanya pada bidang ekonomi namun juga kesehatan. Keberhasilannya dalam membangun fasilitas-fasilitas olahraga di Kota

Semarang salah satunya pada fasilitas olahraga di Kelurahan Trimulyo merupakan perwujudan dari citra yang ditampilkan Hendrar Prihadi yang sangat memperhatikan rakyatnya serta menunjukkan keahlian dirinya sebagai sosok yang berhasil dalam membangun fasilitas-fasilitas publik di Kota Semarang. Pada elemen *Promise*, Hendrar Prihadi telah merealisasikan apa yang menjadi komitmennya dalam mewujudkan sarana olahraga yang merata untuk masyarakat Kota Semarang (Setiawan, 2020). Pada elemen *Relationship* dapat dilihat dari caption yang ditulis Hendrar Prihadi “Alhamdulillah.. sudah jadi Sport Center Kelurahan di Trimulyo, Genuk, Kota Semarang. Semoga bermanfaat #BergerakBersama” Hendrar Prihadi berupaya membangun hubungan dengan masyarakat berupa pemberian informasi terkait fasilitas olahraga yang telah jadi sehingga masyarakat yang belum mengetahui terkait adanya pembangunan tersebut menjadi tahu. Respon masyarakat dalam menanggapi postingan tersebut dapat dilihat dari *engagement rate* yang cukup tinggi dengan 12.871 *likes* dan 388 komentar. Komentar terkait postingan tersebut ditanggapi dengan baik oleh masyarakat seperti komentar yang ditulis **tonisuyanto**: “*Semoga Semarang tambah maju Ndan dan Tugurejo kebagian ikut tambah maju pembangunannya*”, **vittachilik**: “*Kami warga trimulyo sangat berterimakasih pak*”, **classylibby**: “*Dirawat yg baik loh yaaa.. udh dibuatin bpk nya*”, **coachajie_1989**: “*Kelurahan @sekarankelurahan juga butuh ni mas @hendrarprihadi untuk lapangan futsalnya*”, **prasetyoharis**: “*Request pak kel Jatingaleh*”, **dolanexplorefoodsemarang**: “*Pak Hendi kerja nyata bangun kota. Warga Semarang bisa merasakan manfaatnya*”, **sulifvvan**: “*Setelah ini sudah jadi tugas masyarakat untuk merawatnya*”, **bayuandikapermana**: “*Terimakasih pak.. sukses selalu buat bapak @hendrarprihadi*” **zakidzikri**: “*Sama tinggal perawatannya juga pak saying kalo dibangun bagus tapi harus rusak karna kurang pemeliharannya semangat pak*”. Antusiasme masyarakat dalam menanggapi postingan tersebut menandakan adanya hubungan baik antara Hendrar Prihadi dengan masyarakat.

Gambar 5. 5 Postingan 3D Videotron di Taman Pierre Tendeau



Sumber: https://www.instagram.com/reel/CaaGCNZhNr9/?utm_source=ig_web_copy_link

Elemen *You* yang dibangun berdasarkan postingan diatas berupa Hendrar Prihadi dengan citra nya sebagai pemimpin yang mampu memahami masyarakat. Dengan dibangun nya taman pierre tendean menambah ikon baru di jantung Kota Semarang. Taman yang dilengkapi *free wifi*, toilet *disable*, *noozle* yang mengeluarkan embun secara berkala serta adanya penyiraman tanaman secara *computirzed* menambah kenyamanan bagi masyarakat yang ingin menghabiskan waktu di taman tersebut. Pembangunan Signature Park juga melihatkan bagaimana keahlian Hendrar Prihadi yang dapat menjadikan lahan hibah dari Direktorat Jendral Kekayaan Negara Kementerian Keuangan RI seluas 767 meter persegi menjadi taman yang nyaman bagi masyarakat. Proses dalam pembangunan dengan kendala yang dihadapi seperti perizinan tanah, pembebasan kabel yang melintas di udara berhasil diselesaikan dengan sukses nya pembangunan Signature Park yang menjadi Smart Park di Kota Semarang. Pada elemen *Promise*, Pembangunan Signature Park ialah perwujudan dari konsep bergerak bersama untuk Semarang Semakin Hebat yang menjadi tagline kepemimpinan Hendrar Prihadi dengan menggandeng banyak pihak (Admin, 2021). Pada elemen *Relationship* hubungan baik yang tercipta dapat dilihat bagaimana respon positif dalam komentar postingan tersebut seperti

beberapa komentar yang ditulis oleh **djodjoksatoto**: “Di buat yg lebih canggih seperti yg ada di Negara japan... tentunya di bangnan lain di semarang”, **r3y.013**: “mantab pak hendi.. sebuah keunikan utk mnjdi keistimewaan kota semarang...”, **propertysemarang_id**: “Keren banget semarang”, **hadysaputra**: “yang penting pemeliharannya, jadi jangan hanya pemasangan saja, contohnya dulu pemasangan pengukur kualitas udara, yg akhirnya terbengkalai”, **pu.momo3783**: “Semarang semakin maju kotane..”, **nurkholis_smg**: “Kereeeen pak Wali”, **hapsoro_arie**: “Mantap pak wali... Semarang melesat...”

B. Ekonomi

Kota Semarang menjadi kota besar di Indonesia dengan pertumbuhan ekonomi tertinggi masa pandemi COVID-19. Badan Pusat Statistik mencatat bahwa Kota Semarang telah berhasil meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi menjadi 5,16% di tahun 2021 setelah sebelumnya pertumbuhan ekonomi melambat sebesar -1,85% di tahun 2020. Dengan begitu Kota Semarang menjadi wilayah penopang ekonomi nasional dengan catatan pertumbuhan ekonomi 3,69%, serta provinsi Jawa Tengah dengan mencapai 3,32%. Upaya yang dilakukan Pemerintah Kota Semarang yaitu dalam penguatan ekonomi daerah yaitu dengan peningkatan kapasitas UMKM di Kota Semarang (Wibisono, 2022).

Terkait hal tersebut maka topik mengenai ekonomi juga menjadi konten yang sering ditampilkan dalam akun media sosial milik Hendrar Prihadi. Konten-konten mengenai topik ekonomi diposting secara beragam seperti informasi mengenai perkembangan perekonomian di Kota Semarang di masa pandemi, promosi produk UMKM, inovasi-inovasi yang dilakukan guna mendongkrak perekonomian di Kota Semarang dan lain sebagainya.

Dalam Instagram milik Hendrar Prihadi, konten yang diposting berupa inovasi dalam mendongkrak perekonomian serta informasi mengenai perkembangan ekonomi di Kota Semarang sebagai berikut:

Gambar 5. 6 Postingan Informasi Pasar Bulu Yang Akan Menjadi Bulu Creative Market



Sumber: https://www.instagram.com/p/CUr6shGBq08/?utm_source=ig_web_copy_link

Dari postingan diatas elemen *You* yang telah dibangun Hendrar Prihadi berupa penyampaian informasi terkait Pasar Bulu yang akan menjadi Bulu Creative Market. Dalam postingan tersebut terdapat beberapa foto yang memberikan penjelasan mengenai Bulu Creative Market yang merupakan *re-branding* dari Pasar Bulu Kota Semarang yang akan digunakan oleh pelaku ekonomi kreatif. Hal tersebut membentuk citra dirinya sebagai seorang pemimpin yang terbuka terkait adanya program-program baru bagi masyarakat. Pada elemen *Promise* Hendrar Prihadi telah merealisasikan upaya dalam mengangkat perekonomian di Kota Semarang di tengah Pandemi COVID-19 salah satunya dengan mendorong ekonomi kreatif (@hendrarprihadi, 2021). Pada postingan tersebut terdapat caption “Bismillah.. semoga lancar dan bisa bermanfaat -- @bucket.market @komekraf.smg #BergerakBersama” juga memberi tag kepada akun Instagram @bucket.market untuk mempromosikan mengenai Bulu Creative Market yang mana hal tersebut merupakan upaya Hendrar Prihadi dalam membangun elemen *Relationship* dengan berusaha menjalin hubungan baik dengan masyarakat berupa harapan nya terkait adanya Bulu Creative Market yang nantinya dapat bermanfaat bagi masyarakat. Hal tersebut mendapat respon positif dengan mendapat 5.085 *likes* dan 132 komentar. Animo masyarakat terhadap Bulu Creative Market yang di posting dalam Instagram milik Hendrar

Prihadi dapat dilihat dari respon pada kolom komentar yang memberikan dukungan dan apresiasi serta ketertarikan dengan adanya Bulu Creative Market seperti komentar yang ditulis oleh **prayitnosemyitno**: “Pak Walikotaku memang hebat”, **hendrayananuki**: ”Wih mantap pak wali.... Bucket.. Bulu Cretaiive Market”, **omegamellyana111**: “Amin Pak Hendy kreatif semua lini dilihatnya satu per satu .. cocok dg semboyan Semarang Hebat”, **georgianafizz__**: “Harga sewanya berapa ya pak.. Saya mau daftar 1”, **stempel.semarang**: ”semoga dapet kesempatan buka stand disitu.. Aamiin”, **agustinnurie**: “Kalo mau buka di sana gmn pak caranya”

Gambar 5. 7 Postingan Bantu Jual UMKM Dalam Pelaksanaan Bazaar UMKM



Sumber: https://www.instagram.com/reel/CZrDzJnhYAF/?utm_source=ig_web_copy_link

Dalam video tersebut menampilkan Hendrar Prihadi yang sedang mengunjungi suatu bazaar UMKM untuk ikut mempromosikan kegiatan bazaar tersebut dan turut membantu membeli produk yang dijual. Hal tersebut telah membangun elemen *You* pada diri Hendrar Prihadi sebagai pemimpin yang sangat memerhatikan rakyatnya. Dengan menolak untuk diberi secara gratis dan memilih untuk membeli produk UMKM yang dijual dapat dikatakan bahwa ia tidak menggunakan jabatannya untuk mendapat keuntungan pribadi. Pada elemen *Promise* Hendrar Prihadi juga telah merealisasikan upaya untuk mengangkat perekonomian di Kota

Semarang di tengah pandemi COVID-19 dengan diadakannya bazaar UMKM dan keikutsertaan Hendrar Prihadi dalam membantu menjual produk UMKM pada acara tersebut (Admin, 2021). Kunjungan dalam Bazaar UMKM serta caption yang ditulis “Ceritanya jadi affliator UMKM – ikhtiar bareng, nggak terima bingkisan” merupakan elemen *Relationship* yang berusaha dibangun Hendrar Prihadi dan mendapat respon positif yang dapat dilihat dalam kolom komentar postingan tersebut seperti yang ditulis oleh *yudha_kaizer*: “Oalah seng iki to”, *trikustya_378*: “Mborong Pak Hendrarprihadi biar tambah gembul”, *rijalulquran*: “Betul Perlu dicontoh dan dilarisi”, *andika.yulianto.s*: “mantaps mas @hendrarprihadi semoga sehat sukses Berjaya selalau...”, *oneto_ganang*: “Kapan pak ke Pasar UMKM Pedurungan Lor, kemarin dah ditunggu tapi batal datang”, *dekgus_st08*: “Orang2 pada snang pak truskan brbuat baik kpda msyarakat. Shat sll pak.”, *danipt17*: “Pak, njenengan TOP”, *kawawanuye*: “Mantap Semangat Terus Pak wali”

Gambar 5. 8 Postingan Informasi Produk Mebel Dari Kota Semarang



Sumber: https://www.instagram.com/p/CPKT3-SBmAd/?utm_source=ig_web_copy_link

Postingan di atas menampilkan mengenai produk UMKM dari Kota Semarang yang telah dibeli oleh banyak artis hollywood. Selain itu *slide* selanjutnya memberikan informasi mengenai dimana letak pabrik mebel dan siapa saja artis hollywood yang membeli mebel

tersebut. Pada postingan tersebut terlihat Hendrar Prihadi yang sedang melakukan kunjungan di pabrik mebel tersebut. Kesuksesan salah satu UMKM yang diposting tersebut menciptakan kesan citra Hendrar Prihadi yang berhasil dalam mengangkat UMKM hingga kancan internasional hal itu selaras dengan realisasi dari upaya Hendrar Prihadi untuk memulihkan perekonomian Kota Semarang di tengah pandemi, hal itu berkaitan dengan elemen *Promise* yang telah dibangun Hendrar Prihadi. Sedangkan pada elemen *Relationship* Hendrar Prihadi berhasil membangun hubungan baik dengan masyarakat khususnya pada pelaku UMKM yang menjadi target audiens dalam topik ekonomi, dengan atribut yang diterima pelaku UMKM atas keberhasilan program-program peningkatan UMKM menjadikan masyarakat memberikan apresiasi kepada Hendrar Prihadi. Postingan tersebut telah mencapai 11.315 *likes* dan 464 komentar dengan respon beragam seperti yang ditulis ***_its.haw:*** “Kalau liat dari jalan raya saya kira tanah bangunan zaman dulu yang terbengkalai ternyata ada pabrik mabel di dalamnya://”, ***faid.32:*** “Cedak omahku”, ***caki4022:*** “keren”, ***sipgaleri:*** “kami turut senang dan bangga pak”, ***mnas.1001:*** “Pernah magang disitu”, ***novykhayra:*** “Pernah nglamar kerja ke sini, masuk kastil yg ada di film *game of thrones*”

Berbeda dengan konten yang di posting di Instagram yang cenderung informatif, konten di media sosial Twitter Hendrar Prihadi cenderung interaktif dengan adanya interaksi dengan khalayak. Dalam topik ekonomi, Hendrar Prihadi lebih banyak membuat tweet mengenai lapak promosi produk UMKM yang mana akan di *retweet* oleh Hendrar Prihadi untuk dipromosikan seperti dalam rangkaian *tweets* yang disampaikan melalui @hendrarprihadi berikut:

1. *Monggo sedulur UMKM Semarang yang punya dagangan, bisa dipromokan biar Saya Retweet sampai jam 15.00 nanti -- #BuzzGratisUMKM (17 April 2020)*
2. *Jumat berkah, monggo UMKM Kota Semarang yang mau promo bisa mention ke Saya, langsung Retweet -- (7 Agustus 2020)*
3. *Untuk panjenengan Warga Semarang yang punya UMKM, monggo promokan ke Saya. Nanti akan Saya langsung Retweet. #MingguBarokah (18 Oktober 2020)*
4. *Jumatan berkah, monggo yang punya Produk UMKM bisa nitip dipromokan ke Saya -- #UMKMsemarang (30 Oktober 2020)*
5. *Monggo yang punya usaha UMKM kota Semarang, akan Saya retweet tanpa pilih-pilih -- #UMKMkotaSemarang (8 Januari 2021)*
6. *Seperti biasa, dan tidak bosan-bosan. Monggo untuk sedulur-sedulur yang punya UMKM akan saya retweet -- #BergerakBersama #UMKMkotaSEMARANG #SemarangSemakinHebat (26 Maret 2021)*
7. *monggo benjang harinya UMKM kota Semarang -- (24 Juni 2021)*

Serangkaian *tweets* tersebut tidak memiliki engagement sebanyak postingan Hendrar Prihadi di Instagram. Namun masih terdapat beberapa akun yang beinteraksi dengan *tweets*

Hendrar Prihadi tersebut. Banyak akun-akun yang berinteraksi untuk mempromosikan produk yang dimiliki dan hal tersebut juga mendapat respon Hendrar Prihadi melalui *retweet* yang diberikan. Selain itu Hendrar Prihadi juga kerap mempromosikan beberapa produk UMKM melalui beberapa *tweets* nya, salah satunya sebagai berikut:

Gambar 5. 9 Postingan Promosi Produk UMKM Mie Padang



Sumber: <https://twitter.com/hendrarprihadi/status/1288125900211421189>

Postingan video dalam akun Twitter @hendrarprihadi diatas menampilkan Hendrar Prihadi yang sedang makan disebuah restoran Mie Padang yang merupakan salah satu produk UMKM yang ada di Kota Semarang. Pesan yang disampaikan dalam tweet tersebut berupa promosi dan ajakan kepada khalayak agar turut membantu membangkitkan UMKM di Kota Semarang saat pandem COVID-19. Postingan tersebut mendapat 13 balasan, 32 *retweet*, dan 178 *likes*. Respon khalayak berupa balasan dari *tweet* tersebut beragam berupa antusias dan ketertarikan terhadap pesan yang disampaikan dalam postingan tersebut seperti rangkaian balasan berikut:

@gabriellaadaeng *Perlu di coba untuk membangkitkan umkm di masa pandemi ini*
@pakijo25 *Lha ngono paaakkk....bikin vlog pendek soal semarang, kuliner, kesenian, hiburan, wisata...pasti byak yg ngelike...*

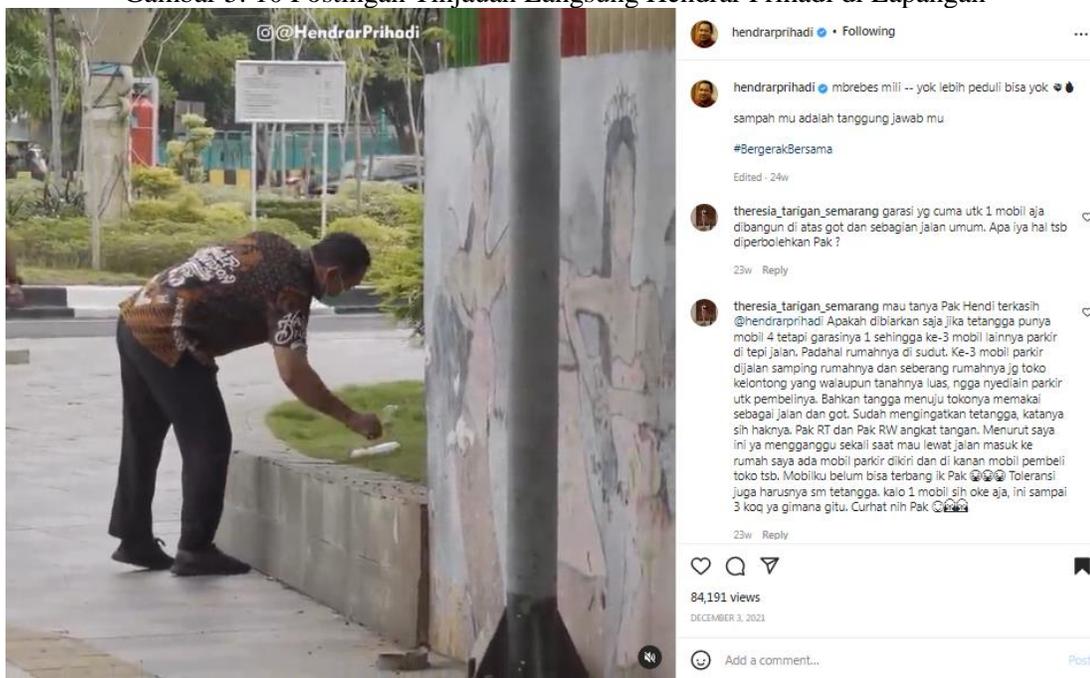
@georgia_vill lo pak. sing bener samyang opo mie padang pak ?
@yosephsalim1 nuwun sewu pak Hendi kok makan mie sendirian ,kapan2 kita makan sama2
@myudayuliawan Sekilas terbaca congyang,..haha,..sukses pak
@kieranastiti1 Kpn mampir ke wuareg kuliner pak..dpn kelurahan Pekunden dkt hotel tentram
@kkelpcake masuk list dluuu

Pada serangkaian *tweets* Hendrar Prihadi mengenai upaya nya dalam membantu mempromosikan produk UMKM Kota Semarang dapat dikatakan bahwa elemen *You* yang dibangun berupa citra sebagai pemimpin yang memerhatikan rakyat nya dalam hal ini pelaku UMKM. Pada elemen *promise*, hal tersebut selaras dengan upaya yang dilakukan Hendrar Prihadi dalam mengangkat perekonomian Kota Semarang di tengah Pandemi COVID-19. Serangkaian *tweets* tersebut tidak memiliki engagement sebanyak postingan Hendrar Prihadi di Instagram. Namun masih terdapat beberapa akun dalam hal ini pelaku UMKM yang menjadi target komunikasi Hendrar Prihadi memberi respon pada *tweets* tersebut. Banyak akun-akun yang berinteraksi untuk mempromosikan produk yang dimiliki dan hal tersebut juga mendapat respon Hendrar Prihadi melalui *retweet* yang diberikan. Hal itu menunjukkan bahwa Hendrar Prihadi telah membangun elemen *Relationship* dengan baik.

C. Kegiatan Keseharian

Selain menampilkan topik-topik sosial seperti pembangunan dan ekonomi, akun Instagram Hendrar Prihadi juga kerap membagikan postingan terkait kegiatan keseharian nya. Kegiatan keseharian yang ditampilkan berupa aktivitas formal seperti kegiatan kunjungan di beberapa wilayah hingga aktivitas non-formal seperti melakukan hobi nya yaitu bermain sepak bola, makan di warung pinggir jalan, hingga konten-konten ringan yang menghibur seperti berikut:

Gambar 5. 10 Postingan Tinjauan Langsung Hendrar Prihadi di Lapangan



Sumber: https://www.instagram.com/p/CXBh5-uhlHP/?utm_source=ig_web_copy_link

Postingan video diatas menampilkan Hendrar Prihadi yang sedang melakukan tinjauan langsung di area SMP Negeri 32 Semarang untuk memantau pembersihan sampah oleh petugas kebersihan. Postingan tersebut juga diimbui caption “Mbrebes mili – yok lebih peduli bisa yok sampahmu adalah tanggung jawabmu #BergerakBersama”. Berdasarkan hal tersebut menampilkan citra Hendrar Prihadi sebagai sosok pemimpin yang peduli lingkungan dengan ikut memastikan kebersihan yang mencakup pada elemen *You*. Pada elemen *Promise* postingan pemeliharaan lingkungan yang turut serta dilakukan Hendrar Prihadi dengan menjaga kebersihan membuang sampah pada tempatnya sejalan dengan komitmennya dalam menambah Ruang Terbuka Hijau di Kota Semarang (Dev_yandip, 2021). Sedangkan pada elemen *Relationship* Hendrar Prihadi telah membangun hubungan baik dengan masyarakat dengan pesan yang disampaikan dalam caption untuk mengajak masyarakat agar peduli dengan lingkungan dan membuang sampah pada tempat. Dengan postingan tersebut yang menampilkan Hendrar Prihadi yang turut memungut sampah berserakan menjadikan contoh untuk masyarakat agar lebih peduli lagi dengan pemeliharaan lingkungan. *Output* yang didapat yaitu dengan *engagement rate* postingan tersebut yang tinggi mencapai 84.191 *views* dan 257

komentar. Respon khalayak terhadap postingan tersebut didominasi oleh rasa kekaguman terhadap sosok Hendrar Prihadi yang ikut turun langsung dalam membersihkan sampah, seperti komentar yang ditulis oleh **rofuatun2222**: “mantab pak hendi selalu memberi contoh yg positif”, **lickesari966**: “Sehar slalu pak Wali, km bangga mempunyai walikota spt Bpk.”, **ranto_echaspectra**: “Kota Semarang menu neng apik lan resik.. ayo semangat sedulurku semuanya.. matursuwun pak @hendrarprihadi .. gn cepat lelah & menyerah .. adikan paket komplit .. SEMARANG HEBAT”, **anitachasanah27**: “bapak walikota aa gak malu kenapa kita yg biasa2 aa g mau. Terapkan bersih dari sampah dimanapun dan kapanpun.”, **sriwahyuniku**: “Semangat Pak...selalu sehat njeh...”, **2003bam**: “Barokallah mas hendi”, **srikandhisemarang**: “Bapak ku memang ooos, Suwun Pak Hen”, **mrkzachamami**: “Mas Wali mantap”. Sehingga dapat dikatakan bahwa postingan Hendrar Prihadi dalam melakukan tinjauan langsung untuk ikut serta dalam pemeliharaan lingkungan menumbuhkan *Political desire* masyarakat akan pentingnya menjaga kebersihan lingkungan

Gambar 5. 11 Postingan Tinjauan Langsung Hendrar Prihadi di Kawasan Kota Lama



Sumber: https://www.instagram.com/p/CX7UY65J9jK/?utm_source=ig_web_copy_link

Postingan diatas menampilkan Hendrar Prihadi yang sedang melakukan kunjungan di kawasan Kota Lama dan mengobrol dengan beberapa pedagang. Hal tersebut merepresentasikan citra sebagai pemimpin yang merakyat dan merangkul semua kalangan

dengan baik serta menunjukkan keberhasilannya dalam merevitalisasi Kota Lama menjadi salah satu destinasi wisata yang sejalan dengan elemen *You* yang berusaha dibangun Hendrar Prihadi. Pesan yang disampaikan dalam caption “maklum jaman kecil belum ada kayak gini2 – #LiburanDiSemarangAja” secara tersirat mengajak masyarakat untuk menghabiskan waktu liburan di Kota Semarang. Hal tersebut sejalan dengan elemen *Promise* yang mana selain berusaha membangun kedekatan dengan pedagang-pedagang kecil Hendrar Prihadi juga turut mempromosikan Kota Lama sebagai destinasi wisata di Kota Semarang. Salah satu program kerja yang diusung pada periode pertamanya yaitu dengan menjadikan Kota Lama yang semula kumuh menjadi ikon pariwisata Kota Semarang (Yefriza, 2021). Dan dengan revitalisasi Kota Lama dan sekarang mulai menjadi tujuan wisatawan membuktikan bahwa ia telah sukses dalam merealisasikan program kerjanya. Dari kedua elemen yang telah dibangun juga berkesinambungan dengan elemen *Relationship* yaitu dengan respon positif dari masyarakat mencapai 10.283 likes 85 komentar. Respon public terkait postingan tersebut beragam seperti komentar yang ditulis oleh **andkhlid**: “Jujur, bagi saya dan keluarga Semarang itu udah kayak destinasi wisata nasional, karena sudah banyak kemajuannya di jaman pak wali kota pak @hendrarprihadi”, **ratnadiyahpermanasari**: “Assalam m bpk wali kota semarang, smoga sehat ya bpk. Saya dr jkt.”, **indriina**: “Yg slide 3 itu kayak adeknya yg pinter foto” in pengunjung di kota lama...dn dl pernah d panggil sm bpk hendrar di balaikota...”, **verondipi**: “Pak ndak buat parody Yang Teralam di kotalama pak kn banyak jlur jalan kaki nya wkwkwkwk”, **djoinees**: “Borong bpk.. ksihn ibunya”, **romadhoni_r**: “Nyuwun pundutke setunggal njih bapak.”, **udhisukma**: “Waspada kalo bawa anak anak ke kota lama, tiap jalan dikit pasti ditawarin balon/mainan”.

Gambar 5. 12 Postingan Tinjauan Langsung Hendrar Prihadi di Kawasan Kota Lama



Sumber: https://www.instagram.com/p/CW8kTuPBVVK/?utm_source=ig_web_copy_link

Postingan video diatas menampilkan Hendrar Prihadi yang tergabung dalam tim Pemerintah Kota Semarang sedang melakukan pertandingan sepak bola melawan Pemerintah Kabupaten Kendal. Pada elemen *You* yang dibangun berdasarkan postingan tersebut, Hendrar Prihadi berupaya membangun citra sebagai pemimpin yang *humble* dengan membagikan kegiatan non-formal nya yaitu bertanding sepak bola dengan Pemerintah Kabupaten Kendal. Hal tersebut merepresentasikan dirinya selain sebagai orang nomor satu di Semarang yang memiliki banyak kegiatan dalam acara-acara formal, namun juga seorang biasa yang memiliki hobi dan memiliki kegiatan santai. Selaras dengan caption “GOL dari langit membawa Pemkot Semarang bersama Kapolres @irwananwar_94 unggul 3-2. Matur nuwun mas Bupati @dicoganinduto bersama sedulur2 Pemkab Kendal yang sudah mampir ke Semarang untuk pertandingan eksibisi #BergerakBersama” Pemerintah Kota Semarang unggul 3-2 melawan Pemerintah Kabupaten Kendal. Postingan video tersebut telah mencapai 188.166 penonton dan 463 komentar dan mendapat respon positif dari public, seperti komentar yang ditulis oleh **hilmiri**: “PSBB (Persatuan Sepakbola Bapak-Bapak)”, **arifhakimul1996**: “Wah pak hendi mantap skill nya”, **mikhbal.prynt06**: “striker idaman Psis @hendrarprihadi”, **tegarpra22**: “Bismillah pak Hendi for timnas”, **panca_indra_ar**: “Sangar ik”, **rmcleansemarang**: “Pak

masuk skuad @psisofficial putaran 2 nggih. Sehat selalu pak Wali” **christiawan_77**: “niku gol satria geledek...” Berdasarkan respon masyarakat dalam menanggapi postingan diatas, Hendrar Prihadi telah berhasil dalam membangun elemen *Relationship* yang baik dengan masyarakat.

Gambar 5. 13 Postingan Kegiatan Keseharian Hendrar Prihadi



Sumber: https://www.instagram.com/p/CYBMVuPhFOo/?utm_source=ig_web_copy_link

Postingan diatas menampilkan Hendrar Prihadi yang sedang makan di sebuah warung. Citra yang dimiliki sebagai pemimpin yang dekat dengan rakyat juga ditunjukkan dalam postingan diatas berupa kunjungannya ke warung-warung kecil untuk makan yang mana dari hal tersebut elemen *You* telah dibangun Hendrar Prihadi sebagai sosok yang merakyat. Caption “hidup tanpa nasi rames telur – bagai dangdut tanpa goyang” ditulis Hendrar Prihadi dengan menggunakan bahasa santai yang menjelaskan bahwa jika hidup tidak makan nasi rames dengan telur akan terasa seperti jika ada dangdut yang tidak ada goyangnya, yang mana dangdut kerap diidentikan dengan sebuah goyangan dan tidak bisa terlepas satu sama lain. Pesan dalam caption yang ditulis dengan bahasa santai merupakan upaya dilakukan Hendrar Prihadi dalam membangun elemen *Relationship* dan elemen tersebut berhasil terbangun dengan baik berdasarkan adanya respon positif dari masyarakat mencapai 7.716 likes dan 217

komentar yang menanggapi dengan candaan dan ikut menimpali caption yang ditulis Hendrar Prihadi, seperti komentar yang ditulis **rosalia_siswanty**: “IG tanpa pak @hendrarprihadi bagaikan alanan aspal tanpa ada kendaraan lewat. Sepiiiiiii”, **rifky.nugroho_**: “Nyuwun Pak....”, **quince_makeup_**: “Pak aku ngepens panjenengan”, **marynaaa_marcedees**: “pecel mbelik mba wati kiiiy, naan neng tonggone ya pak”, **susilo951**: “Main ke warung gudeng mbak Tri jl singosari timur pak dijamin tak grattisi”, **asfarabdulwahab**: “Tapi telur udah mulai mahal lho pak..”, **arul12540**: “dangdut akustik pak berarti”, **ratih_qomaria**: “Telor e awis pak sedih pak”.

Dari tiga topik yang dipaparkan diatas dapat dipahami sebagai berikut dalam kerangka teori mengenai enam koneksi yang berkesinambungan menghubungkan citra kedalam perubahan perilaku pemilih yang dikembangkan dari konsep Paul MC Lean dan David A. Aaker berikut:

Berdasarkan dengan topik-topik yang diusung Hendrar Prihadi dalam membangun citra sebagai pemimpin populis, Hendrar Prihadi telah menumbuhkan *Political desire* pada masyarakat yang dapat dilihat dari interaksi yang terjalin di media sosial. Pada topik pembangunan fisik, respon masyarakat cukup tinggi dalam menanggapi berkisar pada 5.000 hingga 12.000 *likes* dan postingan video pada topik pembangunan yang telah mencapai 118.000 penonton serta komentar yang diberikan masyarakat pada topik pembangunan berkisar pada 200 hingga 700 komentar. Pada topik ekonomi respon masyarakat dalam menanggapi juga tergolong tinggi berkisar pada 5.000 hingga 11.000 *likes* dan komentar yang berkisar pada 100 hingga 400 komentar di setiap postingan. Pada topik ekonomi yang juga ditampilkan dalam Twitter Hendrar Prihadi tidak memiliki banyak engagement sebanyak pada postingan di Instagram, namun terdapat komunikasi yang lebih interaktif antara masyarakat yang direspon Hendrar Prihadi berupa balasan tweet atau hanya sekadar memberikan retweet. Pada kegiatan keseharian yang juga kerap ditampilkan dalam Instagram Hendrar Prihadi juga mendapat *engagement* yang cukup tinggi yang dilihat dari jumlah *like*, *views*, dan komentar yang diberikan di setiap postingan yang berkisar pada 7.000 hingga 10.000 *likes*. Di beberapa video yang diunggah juga mendapat jumlah penonton yang tinggi hingga 180.000 penonton, serta komentar yang terdapat dalam postingan kegiatan keseharian Hendrar Prihadi berkisar pada 200 hingga 400 komentar. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat hasrat dari masyarakat untuk berhubungan dengan Hendrar Prihadi di media sosial dengan memberikan *likes* maupun

komentar yang beragam di setiap postingan. Komentar yang aktif diberikan masyarakat juga tidak hanya sekadar mendukung saja namun juga terdapat keluhan maupun aduan dalam kolom komentar tersebut.

Selain itu *Political awareness* juga tumbuh dalam diri masyarakat yang dapat dilihat dari kesadaran politik masyarakat dalam kontestasi Pemilihan Umum Kepala Daerah Serentak pada tahun 2020. Pilkada serentak 2020 di Kota Semarang menunjukkan adanya peningkatan partisipasi politik masyarakat. Pada gelaran Pilkada 2015, Partisipasi politik masyarakat Kota Semarang sebesar 65% dan meningkat sebanyak 3,62% pada Pilkada 2020 menjadi 68,62%. Terjadinya peningkatan partisipasi politik masyarakat Kota Semarang disebabkan beberapa faktor seperti dalam Wahyuningsih (2021:58-66) bahwa partisipasi masyarakat meningkat karena adanya kesadaran dari masyarakat. Hal tersebut dilihat dari berbagai program kerja yang berhasil Hendrar Prihadi jalankan dan hasil pembangunan selama kepemimpinannya pada periode sebelumnya juga dapat dirasakan oleh masyarakat Kota Semarang. Berkaitan dengan imagologi politik yang dibangun Hendrar Prihadi dalam media sosial tidak semata-mata hanya sebagai pencitraan saja, namun juga didukung oleh relitas yang sesuai dengan fakta di lapangan. Hal tersebut sesuai yang diungkapkan Wulan Asih Setyarini selaku Sub. Koordinator Pengelolaan Informasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Semarang:

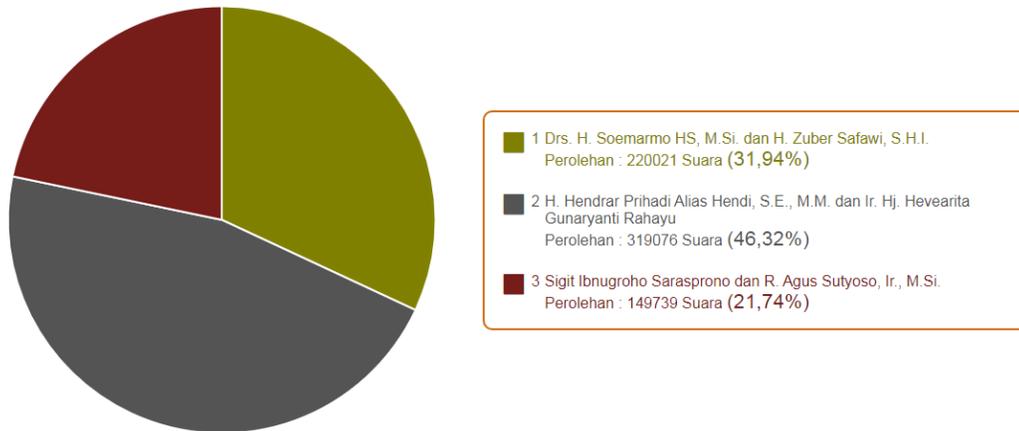
“Menurut saya pasti ada unsur pencitraan di semua politisi. Tapi tetep jujur saja Pak Hendi itu sesuai dengan apa yang saya lihat di media sosial itu ya juga sesuai dengan realita yang ada. Misal di media sosial menegur ASN ya faktanya memang begitu. Jadi tidak ada yang diuat-buat. Bukan hanya pemimpin daerah, kita saja juga harus membangun citra biar baik di mata orang. Pencitraan itu penting tapi ya yang jujur saja, Setidaknya kita sudah melakukan hal positif ya kita tinggal kemas aja untuk disampaikan masyarakat. Seperti halnya kita sudah dandan cakep, sudah foto kan sayang kalau enggak di posting” (Setyarini, 2022)

Partisipasi masyarakat juga didukung oleh semakin transparannya mekanisme yang juga cepat dan terpercaya. Peraturan yang ketat terkait protokol kesehatan mengingat Pilkada Serentak 2020 diadakan di tengah pandemi COVID-19 menjadikan masyarakat percaya dengan penyelenggara pilkada untuk menjamin tidak tertularnya masyarakat ketika memberikan suaranya saat Pilkada berlangsung (Wahyuningsih, 2021: 58-66).

Political Loyalty yang juga tumbuh dalam diri masyarakat yang merupakan keberlanjutan dari *Political awareness*. *Political Loyalty* dapat dilihat dari adanya loyalitas dan rasa percaya terhadap partai politik atau politisi yang tumbuh apabila semakin banyak program yang

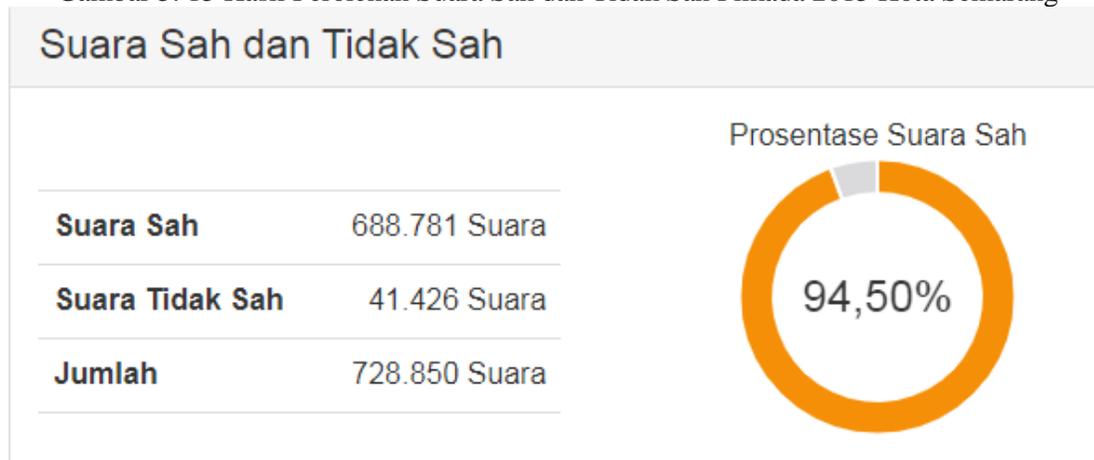
memenuhi kebutuhan masyarakat dan adanya keterlibatan masyarakat secara intens. *Political Loyalty* yang tumbuh pada masyarakat Kota Semarang dapat dilihat dari peningkatan jumlah suara Hendrar Prihadi pada kontestasi Pilkada serentak 2020.

Gambar 5. 14 Hasil Rekapitulasi Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Semarang tahun 2015



Sumber: <https://pilkada2015.kpu.go.id/semarangkota>

Gambar 5. 15 Hasil Perolehan Suara Sah dan Tidak Sah Pilkada 2015 Kota Semarang

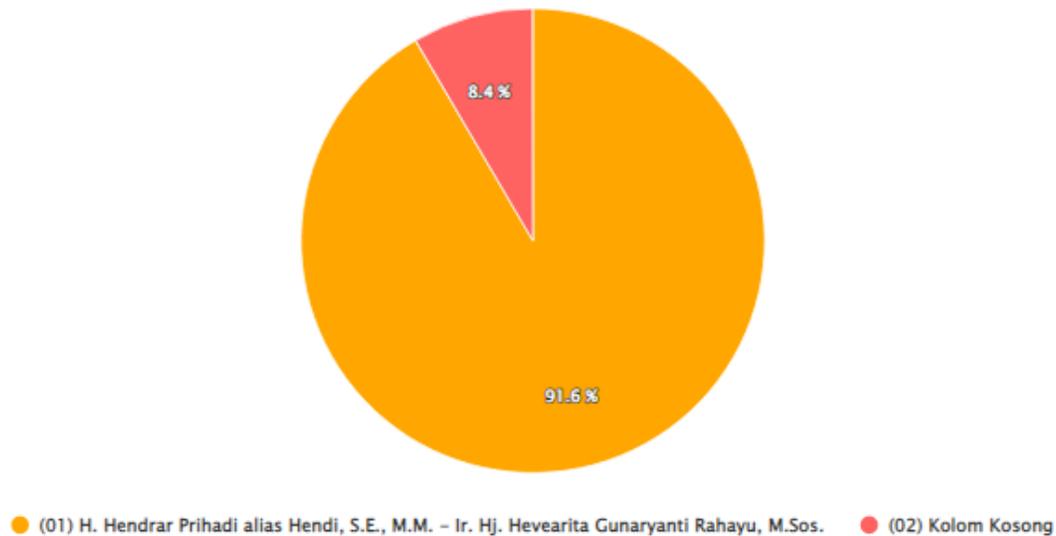


Sumber: <https://pilkada2015.kpu.go.id/semarangkota>

Berdasarkan data pada gambar diatas, pada Pilkada 2015, Jumlah suara yang diapat pasangan Hendi-Ita sebesar 319.076 suara atau mencapai 46,32% dari total suara sah sebesar 688.781 suara. Jumlah suara yang diapat paangan Hendi-Ita hampir mencapai 50% dari total keseluruhan suara. Dan dari hasil suara yang di dapat pasangan Hendi-Ita berhasil

memenangkan Pilkada 2015 dengan mengungguli perolehan suara yang didapat pasangan Soemarmo-Zuber Safawi dan pasangan Sigit Ibnugroho-Agus Sutyoso.

Gambar 5. 16 Hasil Rekapitulasi Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Semarang Tahun 2020



Sumber: <https://pilkada2020.kpu.go.id/#/pkwkk/penetapan/3374>

Pada tahun 2020 Hendrar Prihadi kembali maju dalam kontestasi Pilkada dengan pasangannya Hevearita Gunaryanti Rahayu. Berbeda dari Pilkada 2015, pasangan Hendi-Ita melenggang sebagai calon tunggal pada kontestasi Pilkada 2020. Namun begitu animo masyarakat Kota Semarang dalam menyambut Pilkada 2020 meningkat dengan adanya peningkatan partisipasi masyarakat dalam memberikan hak suara. Sebanyak 716.693 suara diberikan kepada pasangan Hendi-Ita sehingga mencapai 91,6% masyarakat Kota Semarang yang berpartisipasi dalam Pilkada telah memberikan hak suaranya pada pasangan Hendi-Ita. Perolehan suara tersebut meningkat 45,28% dari Pilkada 2015 dengan perolehan suara sebesar 319.076 suara atau sebesar 46,32%. Hal tersebut membuktikan bahwa terdapat *Political Loyalty* masyarakat Kota Semarang pada Hendrar Prihadi.

Dapat dikatakan bahwa Hendrar Prihadi sukses dalam membangun imagologi politik di media sosial. Pemanfaatan media sosial yang digunakan untuk mencitrakan diri sebagai pemimpin populis yang dekat dengan rakyat tidak hanya sebagai sebuah ajang pencitraan, namun juga sebagai upaya dalam penyampaian keberhasilan-keberhasilan yang telah diraih sehingga masyarakat sadar akan kontribusi Hendrar Prihadi dalam membangun Kota Semarang.

Seperti yang diungkapkan oleh Joko Hartono selaku Sekretaris Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Semarang sebagai berikut:

“Kalau kita kembali ke nalar politisi maka kita tidak bisa menyalahkan Pak Hendi yang berpikir untuk membangun citra politik. Itu sesuatu yang natural. Yang membedakan ialah bagaimana citra itu dikemas. Apakah itu disampaikan melalui sesuatu yang memang terjadi. Di satu sisi itu bagian dari citra politik, tapi disisi lain sebagai bagaian dari upaya untuk menyampaikan keberhasilan-keberhasilan. Jadi saya pikir dalam konteks Pak Hendi dua hal tersebut sudah berjalan secara beriringan. Jadi tidak bisa mengatakan wah itu hanya pencitraan atau kita sok idealis wah Pak hendie sudah berhasil. Nah enggak bisa begitu, poitisi mana ada yang begitu. Jadi dalam konteks Pak Hendi dua hal ini tidak bisa dipisahkan. Disatu sisi kita harus memahami dia sebagai politisi yang memang butuh pencitraan, disisi lain dia sebagai sebuah negarawan dalam sub-lokal sehingga dia menyampaikan atau membuat kegiatan-kegiatan yang positif untuk warganya. Jadi tidak sekedar untuk pencitraan namun juga ada tuntutan untuk menyampaikan bahwa ia sudah melakukan sesuatu untuk Semarang.” (Hartono, 2022)

Dengan begitu imgalogi politik yang dibangun Hendrar Prihadi telah menciptakan rasa percaya dan loyalitas masyarakat dengan Hendrar Prihadi yang dapat dilihat dari kemenangannya secara telak pada Pilkada 2020 melawan kotak kosong.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari uraian panjang hasil penelitian dalam bentuk skripsi in yang telah dijelaskan dari BAB I hingga BAB V terkait penelitan denagn judul Imagologi Politik: Komunkasi Hendrar Prihadi di Media Sosial Dalam membangun Citra Sebagai Pemimpin Populis dapat disimpulkan dalam dua poin berikut:

Pertama, berdasarkan dua varian populisme menurut startegi yang digunakan dalam Imelda (2011: 49-52), Hendrar Prihadi termasuk pemimpin pouplisme rasional dengan memanfaatkan media sosial untuk menampilkan gaya kepemimpinannya, menginformasikan mengenai prestasi yang diraihnyapun yang diraih Kota Semarang. Hal tersebut menumbuhkan citra dalam dirinya sebagai sosok pemimpin yang berprestasi dan mampu memimpin Kota Semarang dengan baik. Dalam menampilkan diri sebagai sosok pemimpin populis rasional, komunikasi politik yang dilakukan Hendrar Prihadi di media sosial dapat ditinjau berdasarkan teori Presentasi Diri dalam *Computer-Mediated Communication* termasuk ke dalam dua kategori yaitu pertama, *Self-promotion* yaitu dengan menampilkan prestasi dan pencapaiannya untuk mendapatkan persepsi dari khalayak sebagai seorang pemimpin yang kompeten dan telah membawa keberhasilan. Kedua, kategori *Ingratiation* berupa penyampaian pesan dalam postingan di media sosial sebagai pemimpin yang baik yang dilakukan dengan memberikan bantuan-bantuan atau santunan kepada rakyatnya.

Untuk melancarkan proses komunikasi di media sosial untuk membangun citra sebagai pemimpin populis, langkah yang digunakan Hendrar Prihadi dalam komunikasi politik di media sosial sudah tepat yang mencakup memahami khalayak dengan pengemasan konten yang sesuai dengan target audiensnya yaitu kelompok muda yaitu seperti konten di Instagram miliknya yang mengikuti trend masa kini, penggunaan fitur terbaru *Instagam* yaitu fitur *Reels*, serta dukungan yang ditampilkan terhadap tim sepak bola Semarang (PSIS), menyusun pesan yang membangkitkan perhatian dari khalayak dengan menggunakan metode berupa pesan yang bersifat informatif dengan memberikan penjelasan mengenai apa informasi yang disampaikan dengan dilengkapi penjelasan secara singkat agar masyarakat dapat memahami secara detail mengenai pesan yang disampaikan, serta pesan persuasif dan redundancy berupa ajakan kepada masyarakat untuk bersama-

sama membangun Kota Semarang dengan menggunakan hashtag #BergerakBersama di setiap postingannya secara berulang. Dilihat dari pemilihan media yang digunakan, Instagram cenderung digunakan Hendrar Prihadi untuk menampilkan terkait kegiatan yang dilakukan dalam bentuk foto dan juga video-video singkat secara informatif, namun sayangnya kurang interaktif dan cenderung pasif dalam komunikasi dua arah dengan masyarakat. Sedangkan Twitter digunakan untuk menulis cuitan terkait kegiatan atau berbagai macam informasi serta melakukan komunikasi dua arah dengan masyarakat secara lebih intens berupa balasan-balasan atau kutipan tweet.

Kedua, ada banyak topik yang digunakan Hendrar Prihadi dalam membangun Imagologi Politik sebagai pemimpin populis, namun penulis hanya mengambil tiga topik utama yaitu topik pembangunan fisik, ekonomi dan kegiatan keseharian. Berdasarkan konsep *Personal Branding* yang dikemukakan oleh Montoyo & Vandehey (2008), elemen yang dibangun Hendrar Prihadi sudah saling terintegrasi yaitu mencakup elemen *You* dengan menampilkan kepribadiannya di media sosial sebagai sosok pemimpin yang dekat dengan rakyat, berprestasi dengan keahlian yang dimiliki berupa keberhasilannya dalam membangun dan membenahi Kota Semarang. Elemen *Promise* terdapat pemenuhan harapan masyarakat dengan adanya realisasi program kerja berupa hasil yang ditampilkan dalam media sosial, dan *Relationship* berupa interaksi yang terjalin di media sosial berupa respon baik masyarakat terhadap postingan Hendrar Prihadi di media sosial. Begitu juga dengan respon yang diberikan Hendrar Prihadi terkait keluhan maupun aduan masyarakat.

Hendrar Prihadi telah menumbuhkan tiga dari enam koneksi yang berkesinambungan menghubungkan citra kedalam perubahan perilaku pemilih yang dikembangkan dari konsep Paul MC Lean dan David A. Aaker. Pertama, *Political desire* pada masyarakat yang dapat dilihat adanya hasrat dari masyarakat untuk berhubungan dengan Hendrar Prihadi di media sosial dengan memberikan *likes* maupun komentar yang beragam di setiap postingan. Kedua, *Political awareness* dari adanya kesadaran masyarakat terhadap program kerja yang dibuat Hendrar Prihadi dan adanya peningkatan partisipasi politik masyarakat dalam Pilkada 2020. Ketiga, *Political Loyalty* dari adanya loyalitas masyarakat dengan Hendrar Prihadi yang dapat dilihat dari peningkatan perolehan suara yang signifikan dan kemenangannya secara telak pada Pilkada 2020 melawan kotak kosong.

B. Saran

Berdasarkan proses dan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat penulis berikan terhadap pihak-pihak terkait:

1. Bagi pihak Hendrar Prihadi agar dapat memanfaatkan media sosial Instagram menjadi media yang mampu menumbuhkan komunikasi dua arah. Sebab media sosial Instagram memiliki *engagement rate* lebih tinggi daripada Twitter. Respon masyarakat lebih banyak terlihat pada kolom komentar postingan di Instagram daripada Twitter menunjukkan bahwa masyarakat lebih terkait dengan konten yang ditampilkan di Instagram. Sehingga akan lebih baik jika memaksimalkan komunikasi dua arah tidak hanya di Twitter namun juga di Instagram.
2. Bagi masyarakat agar lebih bijak dalam menggunakan media sosial dan bersikap kritis terhadap apa yang ada di media sosial. Tidak sekadar mengikuti arus namun juga jika terdapat kebijakan yang disampaikan atau konten yang tidak berdasarkan fakta dapat mengkritisi hal tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Ardial. 2009. *Komunikasi Politik*. Jakarta: Indeks
- Arifin, Anwar. 2008. *Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: Armico
- Arifin, Anwar. 2011. *Komunikasi Politik: Filsafat, Paradigma, Teori, Tujuan, Strategi, dan Komunikasi Politik Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Bungin, Burhan. 2007. *Sosiologi Komunikasi Teori & Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Bungin, Burhan. 2012. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers
- Efriza, & Indrawan, Jerry. 2018. *Komunikasi Politik Pemahaman Secara Teoritis dan Empiris*. Malang: Intrans Publishing
- Habermas, Jurgen. 2010. *Ruang Publik, Sebuah Kajian Tentang Kategori Masyarakat Borjuis terjemahan Yudi Santoso*. Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Harun, Rochajat, & Sumarno, A. P. 2006. *Komunikasi Politik sebagai Suatu Pengantar*. Bandung: CV Mandar Maju
- Herdiansyah, Haris. 2019. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Saemba Humanika Postmodern
- Heryanto, Gun Gun. 2018. *Media Komunikasi Politik*. Yogyakarta: IRCiSoD
- Hudjolly. 2011. *Imagologi Strategi Rekayasa Teks*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media
- Mahzar, Armahedi. 2004. *Revolusi Integralisme Islam*. Bandung: Mizan
- Mardawani. 2020. *Praktis Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish
- Montoya, Peter, & Vandehey, Tim. 2008. *The Brand Called You: Make Your Business Stand Out in a Crowded Marketplace*. United States of America: McGraw-Hill
- Muhtadi, Burhanuddin. 2019. *Populisme Politik Identitas dan Dinamika Elektoral*. Malang: Intrans Publishing
- Mulayana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.

- Pureklolon, Thomas Tokan. 2016. *Komunikasi Politik Mempertahankan Integritas Akademisi, Politikus, dan Negarawan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Sofian, Akhiyadi. 2019. *Politik Identitas dan Strategi Memenangkan Pemilihan Presiden (PILPRES) Tahun 2019*. Semarang: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumirat, Soleh, & Ardianto, Elvinaro. 2003. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- SyahPutra, Dedi Kurnia. 2014. *Komunikasi CSR Politik*. Jakarta: Kencana
- Tosepu, Yusrin Ahmad. 2017. *Media Baru dalam Komunikasi Politik (Komunikasi Politik di Dunia Virtual)*. Makassar
- Wahid, Umaimah. 2016. *Komunikasi Politik Teori, Konsep, Dan Aplikasi Pada Era Media Baru*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Wahyuningsih, Sri. 2013. *Metode Penelitian Studi Kasus*. Madura: UTM Press
- Wasesa, Silih Agung. 2011. *Political Branding dan Public Relations*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sumber Jurnal :

- Adon, Mathias Jebaru. 2021. “Melawan Fenomena Populisme Dengan Semangat Pancasila Sebagai Dasar Persatuan dan Kesatuan Bangsa”, dalam *Jurnal Pendidikan Politik, Hukum, Dan Kewarganegaraan*, Vol. 11, No. 2
- Alfiyani, Nur. 2018. “Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Politik”, dalam *Jurnal IAIN Manado*, Vol. 22, No. 1
- Alim, Chelsea Amanda. 2014. “Impression Management Agnes Monica Melalui Akun Instagram (@agnezmo)”, dalam *Jurnal E-Komunikasi*, Vol 2, No.3
- Alvin, Silvanus. 2019. “Manajemen Citra Politik Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno Melalui akun @Prabowo dan @Sandiuno”, dalam *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 13, No. 2
- Apriliani, Siti Rina. 2020. “Computer-Mediated Communication sebagai Sarana Presentasi Diri”, dalam *Petanda: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Humaniora*, Vol. 2, No.2

- Dalimunthe, Maulana Andinata. 2018. "Implikasi Internet Sebagai Meia Interaktif Dalam Membangun Citra Aktor Politik", dalam *Al-MUNZIR*, Vol. 10, No. 2
- Deiwiks, Christa. 2009. "Populism", dalam *Living Reviews in Democracy, ETH Zurich International Conflict Research*, Vol. 1, No. 1
- Haboddin, Muhtar. 2019. "Populisme Sebagai Bentuk Politik Pertahanan Pemimpin Lokal", dalam *Jurnal Politik Walisongo*, Vol. 1, No. 1
- Imron, & dkk. 2021. "Penguatan Demokrasi Dalam Politik Identitas Dan Populisme di Indonesia", dalam *Unusia Jurnal*, Vol. 1, No. 1
- Saputra, Firman, & Syam Hamdani M. 2018. "Penggunaan Facebook Sebagai Media Komunikasi Dalam Membangun Citra Politik Calon Bupati Akmal Ibrahim di Aceh Barat Daya Dalam Pilkada Tahun 2017", dalam *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, Vol. 3, No. 2
- Setya, Mayang Vini. 2017. "Strategi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Semarang Dalam Upaya Mengembangkan Pariwisata Kota Semarang", dalam *Journal of Politic and Government Studies*, Vol. 6, No. 4
- Walther, Joseph B. 2007. "Selective self-presentation in computer-mediated communication: Hyperpersonal dimensions of technology, language, and cognition", dalam *Computers in Human Behavior*, Vol. 23, No. 5
- Wijaya, Junior Hendri, & Permatasari, Iman Amanda. 2018. "Capaian Hendrar Prihadi Sebagai Walikota Semarang", dalam *Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah*, Vol. 16, No. 1
- Yang, C. Chen., & Brown, B. Bradford. 2016. "Online Self-Presentation on Facebok and Self Development During the College Transition", dalam *Journal of Youth and Adolscence*, Vol. 45, No. 2

Sumber Skripsi :

- Dhita, Lia Arny Septiana. 2017. "Strategi Komunikasi Politik Ridwan Kamil Dalam Pembentukan Citra Politik Melalui Media Sosial (Twitter)". Dalam *skripsi*. Banten: Universitas Multimedia Nusantara
- Fauzi, Goby Rahmat. 2018. "*Komunikasi Politik Winarti Dalam Pemilihan Kepala Daerah Di Kabupaten Tulang Bawang (Studi Kasus Kemenangan Winarti Terhadap Incumbent)*". Dalam *skripsi*. Lampung: UIN Raden Intan

- Hendriawan. 2017. “Komunikasi Politik Pertahana (Studi Kampanye Pasangan Basuki Tjahaja Purnama dan Djarot Saiful Hidayat dalam Pilkada DKI Jakarta 2017”. Dalam *skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah
- Jafar, Muh. Ma’sum. 2020. “Pengaruh Citra Politik Terhadap Elektabilitas Calon Bupati 2018 di Kabupaten Luwu”. Dalam *skripsi*. Makassar: Universitas Muhammadiyah
- Lesmana, Gusti Ngurah Aditya. 2012. "Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brand Attachment (Studi: PT XL AXIATA)" .Dalam *skripsi*. Depok: Universitas Indonesia
- Puspitasari, Maya Elekrika. 2012. “Analisis Strategi Komunikasi Melalui Media Baru (Studi Kualitatif Komunikasi Politik Faisal Basri dan Biem Benjamin, Calon Independen Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta, Melalui Media Sosial”. Dalam *tesis*. Depok: Universitas Indonesia
- Sianipar, Imelda Masni Juniaty. 2011. “Kebangkitan Populisme di Amerika Latin”. Dalam *tesis*. Yogyakarta: Program Studi Hubungan Internasional, Universitas Gajah Mada
- Sidabutar, Januasri. 2017. “New Social Media dan Imagologi Politik Kebijakan (Studi Kasus Penggunaan Media Sosial sebagai Alat Komunikasi Kebijakan Ridwan Kamil)”. Dalam *skripsi*. Medan: Universitas Sumatera Utara

Sumber Internet :

- @hendrarprihadi. 2021. "Gerakkan Ekonomi Kreatif, Semarang Punya Creative Hub" dalam <http://www.hendrarprihadi.com/2021/01/gerakkan-ekonomi-kreatif-semarang-punya.html>., diakses pada 1 Juni 2022
- “Tentang Hendrar Prihadi”. dalam <http://www.hendrarprihadi.com/?m=1>., diakses pada 31 Januari 2022
- Admin. 2021. "Taman Piere Tendean, Ikon Baru dengan Sejumlah Fasilitas di Jantung Kota Semarang" dalam http://semarangkota.go.id/p/2434/taman_piere_tendean_ikon_baru_dengan_sejumlah_fasilitas_di_jantung_kota_se., diakses pada 31 Mei 2022
- Admin. 2021. "Terus Gelar Pasar UMKM, Hendi Ingin Ekonomi Lekas Pulih" dalam https://semarangkota.go.id/p/3203/terus_gelar_pasar_umkm_hendi_ingin_ekonomi_lekas_pulih., diakses pada 1 Juni 2022
- Aly, Bachtiar. 2009. “Kompetisi Pencitraan” dalam <https://news.okezone.com/read/2009/06/01/274/224900/kompetisi-pencitraan>., diakses pada 17 Januari 2022

- Advertorial. 2016. "Kemenpar Umumkan Top 10 Kota Berdaya Saing Pariwisata" dalam <https://www.tribunnews.com/wonderful-indonesia/2016/12/08/kemenpar-umumkan-top-10-kota-berdaya-saing-pariwisata.>, diakses pada 31 Januari 2022
- Bps.go.id. 2020. "Indeks Pembangunan Manusia Jawa Tengah Menurut Kabupaten/Kota, 2010-2019" dalam [https://boyolalikab.bps.go.id/statictable/2020/07/07/973/-metode-baru-indeks-pembangunan-manusia-jawa-tengah-menurut-kabupaten-kota-2010-2019.html.](https://boyolalikab.bps.go.id/statictable/2020/07/07/973/-metode-baru-indeks-pembangunan-manusia-jawa-tengah-menurut-kabupaten-kota-2010-2019.html), diakses pada 31 Januari 2022
- Budiasto, Bakti Buwono. 2013. "Hendrar Prihadi Fokus Peningkatan Jalan Wilayah Pinggiran" dalam <https://jateng.tribunnews.com/2013/12/28/hendrar-prihadi-fokus-peningkatan-jalan-wilayah-pinggiran.>, diakses pada 31 Januari 2022
- Budiasto, Bakti Buwono. 2013. "Walikota Semarang Hendrar Prihadi Minta Tarif BRT bagi Pelajar Rp 1.000" dalam <https://jateng.tribunnews.com/2013/12/02/walikota-semarang-hendrar-prihadi-minta-tarif-brt-bagi-pelajar-rp-1000.>, diakses pada 31 Januari 2022
- Budiasto, Bakti Buwono. 2014. "Layanan Publik, Silakan Warga Kota Semarang Mengadu ke Sini" dalam <https://jateng.tribunnews.com/2014/10/27/layanan-publik-silakan-warga-kota-semarang-mengadu-ke-sini.>, diakses pada 31 Januari 2022
- Dev_yandip. 2022. "Pemkot Dan Gapensi Sinergis Membangun Kota Semarang" dalam [https://jatengprov.go.id/beritadaerah/pemkot-dan-gapensi-sinergis-membangun-kota-semarang/.](https://jatengprov.go.id/beritadaerah/pemkot-dan-gapensi-sinergis-membangun-kota-semarang/), diakses pada 31 Mei 2022
- Hakim, Wildan. 2014. "Kota Semarang Keroyok Kawasan Kumuh" dalam <http://kotaku.pu.go.id/view/2048/kota-semarang-keroyok-kawasan-kumuh.>, diakses pada 31 Januari 2022
- Istibsaroh, Nur. 2012. "Hendrar Prihadi Plt Wali Kota Semarang" dalam <https://jateng.antaranews.com/berita/64017/hendrar-prihadi-plt-wali-kota-semarang.>, diakses pada 31 Januari 2022
- Laksana, Bisma Alief. 2017. "Wali Kota Semarang: Jangan Mau 'Dininabobo' Generasi Atas Kita" dalam <https://news.detik.com/berita/d-3599525/wali-kota-semarang-jangan-mau-dininabobo=generasi-atas-kita.>, diakses pada 31 Januari 2022
- Maarif, Nurcholis. 2021. "Pelebaran Ruas Jalan Sriwijaya di Semarang Ditarget Rampung September" dalam <https://news.detik.com/berita/d-5577850/pelebaran-ruas-jalan-sriwijaya-di-semarang-ditarget-rampung-september.>, diakses pada 31 Mei 2022

- Mahdi, M. Ivan. 2022. "Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta Pada 2022" dalam <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022.>, diakses pada 15 Mei 2022
- MENPANRB. 2016. "Dukcapil Kota Semarang Peringkat Pertama Evaluasi Pelayanan Publik" dalam <https://www.menpan.go.id/site/berita-terkini/dukcapil-kota-semarang-peringkat-pertama-evaluasi-pelayanan-publik.>, diakses pada 31 Januari 2022
- Nasrullah, Akfa. 2019. "Tekan Angka Putus Sekolah, Hendi Buat Program Sekolah Gratis" dalam <https://news.detik.com/berita/d-4467663/tekan-angka-putus-sekolah-hendi-buat-program-sekolah-gratis>, diakses pada 14 Mei 2022
- Primus, Josephus. 2017. "Di Kota Semarang Ada Lima Fasilitas Gratis Loh, Mau?" dalam <https://regional.kompas.com/read/2017/11/25/18402771/di-kota-semarang-ada-lima-fasilitas-gratis-loh-mau.>, diakses pada 31 Januari 2022
- Salam, Nur. 2018. "*Harapan hidup warga Kota Semarang tertinggi di Indonesia*" dalam <https://semarang.merdeka.com/kabar-semarang/harapan-hidup-warga-kota-semarang-tertinggi-di-indonesia-180426n.html.>, diakses pada 31 Januari 2022
- Setiawan, Hendra. 2020. "Pemkot Semarang Terus Tambah Lapangan Olahraga Bertaraf Nasional" dalam <https://distaru.semarangkota.go.id/v2/berita/view/50.>, diakses pada 31 Mei 2022
- Sinuko, Damar. 2020. "Hasil KPU Semarang Hendrar Prihadi Menang Lawan Kotak Kosong" dalam <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20201217133756-32-583398/hasil-kpu-semarang-hendrar-prihadi-menang-lawan-kotak-kosong.>, diakses pada 17 September 2021
- Wibisono, Lanang. 2022. "Semarang Jadi Kota Besar Dalam Pemulihan Ekonomi Tercepat" dalam <https://halosemarang.id/semarang-jadi-kota-besar-dengan-pemulihan-ekonomi-tercepat#:~:text=Bahkan%20pertumbuhan%20ekonomi%20Kota%20Semarang,dengan%20capaian%203%2C32%25.>, diakses pada 26 Mei 2022
- Wijayanto, Felix. 2012. "Social Media: Definisi, Fungsi, Karakteristik." dalam https://prezi.com/vddmcub_-ss_/social-media-definisi-fungsi-karakteristik/, diakses pada 28 Juni 2022
- Wycaksono, Adennyar. 2021. "Sulap Kali Semarang Jadi Destinasi Wisata Ikonik" dalam <https://radarsemarang.jawapos.com/features/cover-story/2021/05/15/sulap-kali-semarang-jadi-destinasi-wisata-ikonik/>, diakses pada 31 Mei 2022

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi

- A. Dokumentasi Wawancara dengan Joko Hartono selaku Sekretaris Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Semarang**



- B. Dokumentasi Wawancara dengan Wulan Asih Setyarini selaku Sub. Koordinator Pengelolaan Informasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Semarang**



C. Dokumentasi Wawancara dengan Muhammad Syofii, selaku Program Officer di Lembaga Swadaya Masyarakat Pattiro Kota Semarang



D. Dokumentasi Wawancara dengan Cahyo Seftyono selaku Pengamat Politik



Lampiran 2 Surat Pengantar Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Jalan Prof. Dr. Hamka Km.2 Kampus III Ngaliyan Semarang Kode Pos 50185
Telepon (024) 76435986; Website: www.fisip.walisongo.ac.id

Nomor : /Un.10.6/K/KM.05.01/02/2022 Semarang, 10 Maret 2022
Lamp : -
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

Yth.
Kepala Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Semarang
di tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat kami sampaikan, bahwa dalam rangka pelaksanaan *Penulisan Skripsi* Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) UIN Walisongo, maka kami mohon perkenan Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan ijin kepada mahasiswa tersebut di bawah ini untuk melakukan Penelitian Skripsi yang berjudul "**Imagologi Politik: Komunikasi Politik Hendrar Prihadi di Media Sosial Dalam Membangun Citra Sebagai Pemimpin Populis**" di tempat/instansi yang Bapak/Ibu pimpin.

Nama : Novandhea Putri Rizkia
NIM : 1806016062
Semester : 8
Jurusan : Ilmu Politik
Tempat/ Tgl lahir : Semarang, 4 November 2000
CP/e-mail : 087733838735 / novandhear@gmail.com
Nama Ayah/ Ibu : Dwi Sony Purbasantoso
Pekerjaan : Wiraswasta
Alamat : Jl. Pandansari VI/403 Semarang Tengah

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

An. Dekan
Kasub. bag Akademik, Kemahasiswaan
dan Alumni



A. Gunawan, S.Ag, M.H

Tembusan :
Dekan FISIP UIN Walisongo

Lampiran 3 Daftar Riwayat Hidup



A. Identitas Diri

1. Nama : Novandhea Putri Rizkia
2. NIM : 1806016062
3. Tempat, Tanggal Lahir : Semarang 4 November 2000
4. Alamat : Jl. Pandansari VI / 403
5. Jenis Kelamin : Perempuan
6. No. HP : 087700138972
7. Email : novandhear@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. SD Negeri Bangunharjo 01
2. SMP Negeri 7 Semarang
3. SMA Negeri 14 Semarang

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenarnya dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 6 Juni 2022

Novandhea Putri Rizkia

1806016062