



ANALISIS KAMPANYE POLITIK ANIES BASWEDAN DAN MUHAIMIN ISKANDAR PADA PEMILIHAN UMUM PRESIDEN TAHUN 2024

Rama Dewa¹, Hosea Gabriel Memphis Hutapea², Saeful Mujab³

¹Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

¹ramadewa@gmail.com, ²hoseagabriel@gmail.com, ³saefulmujab@gmail.com

Diterima Maret 2024 Direvisi Juni 2024 Disetujui Juni 2024

ABSTRACT

The political campaigns of Anies Baswedan and Imin Iskandar in the 2024 presidential election are of public interest both nationally and internationally. Anies Baswedan, who is currently the governor of Jakarta, is running as an independent candidate, while Imin Iskandar is a member of the National Awakening Party (PKB) and is running as a vice presidential candidate. The pair are the first to declare that they will compete in the 2024 presidential election. Anies Baswedan has campaigned in various regions, including Jakarta, Southeast Sulawesi, and South Kalimantan, while Imin Iskandar has campaigned in various regions, including Aceh. They have both been active in their efforts to introduce themselves and their political visions to the wider community. During the campaign, Anies Baswedan has been in the media spotlight, including foreign media, highlighting his criticism of the Nusantara project, which is one of the major projects of the current administration. Anies' criticism of this project has attracted the attention of foreign media and become a topic of conversation in the context of the 2024 presidential election. As such, Anies Baswedan and Imin Iskandar's campaign for the 2024 presidential election has attracted public attention, both nationally and internationally, and the pair continues to work on strengthening their support base through various campaign activities and efforts to introduce their political vision to the public.

Keywords: *Presidential Election, Leadership, Personal Branding, Integrity*

ABSTRAK

Kampanye politik Anies Baswedan dan Imin Iskandar dalam Pemilihan Umum Presiden (Pilpres) Tahun 2024 merupakan perhatian publik baik di tingkat nasional maupun internasional. Anies Baswedan, yang saat ini menjabat sebagai gubernur Jakarta, mencalonkan diri sebagai kandidat independen, sementara Imin Iskandar adalah anggota Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) dan mencalonkan diri sebagai calon wakil presiden. Pasangan ini merupakan pasangan pertama yang mendeklarasikan akan berlaga di Pilpres 2024. Anies Baswedan telah melakukan kampanye di berbagai wilayah, termasuk Jakarta, Sulawesi Tenggara, dan Kalimantan Selatan, sementara Imin Iskandar melakukan kampanye di berbagai wilayah, termasuk Aceh. Mereka berdua telah aktif dalam upaya memperkenalkan diri dan visi politik mereka kepada masyarakat luas. Selama kampanye, Anies Baswedan telah menjadi sorotan media, termasuk media asing, yang menyoroti kritiknya terhadap proyek Nusantara, yang merupakan salah satu proyek besar dari pemerintahan saat ini. Kritik Anies terhadap proyek ini telah menarik perhatian media asing dan menjadi topik pembicaraan dalam konteks Pilpres 2024. Dengan demikian, kampanye Anies Baswedan dan Imin Iskandar dalam Pilpres 2024 telah menjadi perhatian publik, baik di tingkat nasional maupun internasional, dan pasangan ini terus berupaya untuk memperkuat basis dukungan mereka melalui berbagai kegiatan kampanye dan upaya memperkenalkan visi politik mereka kepada masyarakat.

Kata Kunci: *Pemilihan Presiden, Kepemimpinan, Personal Branding, Integritas*





1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kampanye politik dalam pemilihan presiden merupakan salah satu momen penting dalam proses demokrasi di Indonesia. Kampanye politik dilakukan oleh para calon presiden dan wakil presiden untuk memperkenalkan diri dan visi politik mereka kepada masyarakat luas. Dalam kampanye politik, para calon presiden dan wakil presiden melakukan berbagai kegiatan, seperti pidato, debat, pertemuan dengan masyarakat, dan iklan politik. Definisi kampanye merujuk pada serangkaian aktivitas komunikasi yang terorganisir dan direncanakan secara cermat, dimaksudkan untuk membentuk dan membangun dampak khusus pada masyarakat. Kegiatan ini dilakukan secara rutin dalam periode waktu yang telah ditetapkan. Sementara menurut pandangan para ahli, kampanye dapat diartikan sebagai upaya yang dilakukan sebelum pemilihan atau suatu proses pemungutan suara. Pihak yang terlibat dalam kampanye umumnya adalah calon kepala daerah atau peserta pemilu, dengan tujuan untuk mendapatkan dukungan sebanyak mungkin dari pemilih. Hal ini diharapkan dapat memberikan pengaruh positif terhadap perolehan suara partai yang menjadi wadah bagi calon tersebut. (Harianto, 2007, h.19).

Salah satu pasangan calon presiden dan wakil presiden yang sedang melakukan kampanye politik adalah Anies Baswedan dan Imin Iskandar. Anies Baswedan dan Imin Iskandar adalah kandidat politik dalam Pemilihan Umum Presiden Indonesia tahun 2024. Anies Baswedan, yang saat ini menjabat sebagai gubernur Jakarta, mencalonkan diri sebagai kandidat independen, sementara Imin Iskandar adalah anggota Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dan mencalonkan diri sebagai calon wakil presiden. Anies Baswedan telah melakukan kampanye untuk membangun citra politiknya dan secara vokal mengkritik kebijakan-kebijakan pemerintah saat ini, termasuk proyek Nusantara untuk membangun ibu kota baru. Mereka telah melakukan kampanye di berbagai wilayah Indonesia, termasuk Jakarta, Sulawesi Tenggara serta wilayah lainnya.

Pasangan Anies Baswedan dan Imin Iskandar, yang juga dikenal sebagai Cak Imin, merupakan pasangan pertama yang mendeklarasikan akan berlaga dalam Pilpres 2024. Anies Baswedan lahir di Kuningan, Jawa Barat, pada 7 Mei 1969, dan memiliki latar belakang pendidikan di bidang ekonomi dan keamanan internasional. Sementara itu, Imin Iskandar, atau Cak Imin, adalah seorang politikus yang aktif dalam Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) dan pernah menjabat sebagai Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi.

Anies Baswedan telah melakukan kampanye di berbagai daerah selama beberapa waktu, dan ia mengungkapkan bahwa arus utama kampanyenya adalah keinginan akan perubahan. Selain itu, terdapat laporan bahwa dana kampanye untuk pasangan Anies dan Cak Imin relatif kecil dibandingkan dengan pasangan calon lainnya. Dalam kampanye mereka, Anies Baswedan dan Imin Iskandar terus berupaya memperkuat citra politik dan meraih dukungan dari masyarakat. Melalui kampanye-kampanye ini, keduanya berusaha untuk memperkenalkan visi dan program-program politik yang mereka usung untuk memenangkan hati pemilih dalam Pemilu 2024.

Anies Baswedan telah melakukan kampanye di berbagai wilayah, termasuk Jakarta, Sulawesi Tenggara, dan Kalimantan Selatan, sementara Imin Iskandar melakukan kampanye di berbagai





wilayah, termasuk Aceh. Mereka berdua telah aktif dalam upaya memperkenalkan diri dan visi politik mereka kepada masyarakat luas.

Selama kampanye, Anies Baswedan telah menjadi sorotan media, termasuk media asing seperti di Hong Kong, yang menyoroti kritiknya terhadap proyek Nusantara, yang merupakan salah satu proyek besar dari pemerintahan saat ini. Kritik Anies terhadap proyek ini telah menarik perhatian media asing dan menjadi topik pembicaraan dalam konteks debat Pilpres 2024. Pasangan calon lainnya juga telah memulai kampanye mereka secara resmi, dan kampanye ini diprediksi akan menjadi perdebatan sengit, mengingat adanya isu-isu penting seperti politik dinasti, polarisasi, dan potensi polarisasi. Pemilihan presiden 2024 di Indonesia diprediksi akan menjadi salah satu pemilihan presiden yang paling menarik perhatian dalam sejarah Indonesia.

Dengan demikian, kampanye Anies Baswedan dan Imin Iskandar dalam Pilpres 2024 telah menjadi perhatian publik, baik di tingkat nasional maupun internasional, dan pasangan ini terus berupaya untuk memperkuat basis dukungan mereka melalui berbagai kegiatan kampanye dan upaya memperkenalkan visi politik mereka kepada masyarakat. Kampanye politik dalam pemilihan presiden merupakan momen penting dalam proses demokrasi di Indonesia. Para calon presiden dan wakil presiden harus melakukan kampanye politik dengan baik dan benar, serta memperkenalkan diri dan visi politik mereka kepada masyarakat luas. Kampanye politik yang baik dan benar akan membantu menciptakan proses demokrasi yang sehat dan bermartabat di Indonesia.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pemilihan Presiden

Pemilihan presiden adalah proses pemilihan kepala negara di Indonesia yang dilakukan setiap lima tahun sekali. Pemilihan Presiden dilakukan bersamaan dengan pemilihan anggota DPR, DPD, dan DPRD di seluruh Indonesia. Pemilihan Presiden dilakukan dalam dua putaran apabila pada putaran pertama tidak ada pasangan calon yang memperoleh suara lebih dari 50% dari total suara sah. Pemilihan Presiden dilakukan untuk mementingkan pemangku jabatan Presiden dan Wakil Presiden masa bakti 2024-2029. Pemilihan Presiden 2024 di Indonesia akan dilaksanakan pada Rabu, 14 Februari 2024. Komisi Pemilihan Umum (KPU) telah menetapkan tiga pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden yang akan bertarung dalam pemilihan Presiden tersebut. Pasangan calon nomor urut satu adalah Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar, pasangan calon nomor urut dua adalah Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka, dan pasangan calon nomor urut tiga adalah Ganjar Pranowo dan Mahfud MD.

Dalam pemilihan presiden, masyarakat Indonesia memiliki hak suara untuk memilih pasangan calon presiden dan wakil presiden yang dianggap sesuai dengan visi dan misi mereka. Pemilihan Presiden merupakan salah satu momen penting dalam proses demokrasi di Indonesia, dan masyarakat diharapkan dapat menggunakan hak suara mereka dengan bijak dan bertanggung jawab. Sedangkan dalam konteks kampanye politik pada pemilihan umum Presiden 2024, para calon dan wakil Presiden berupaya memperkenalkan diri dan visi politik mereka kepada masyarakat luas. Mereka melakukan berbagai kegiatan, seperti pidato, debat, pertemuan dengan masyarakat, dan iklan politik. Dalam hal ini, Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar melakukan kampanye politik, dengan arus utamanya





adalah keinginan akan perubahan. Yang mana kampanye politik menjadi hal yang sangat penting dalam upaya para calon presiden dan wakil presiden untuk memenangkan kepercayaan dan dukungan masyarakat dalam pemilihan umum.

Kepemimpinan

Hackman & Johnson mengartikan kepemimpinan sebagai bentuk komunikasi manusiawi yang menggunakan simbol-simbol untuk mengubah sikap dan perilaku individu lain demi mencapai tujuan bersama kelompok serta memenuhi kebutuhan kolektif (Liu et al., 2020). Kepemimpinan adalah kemampuan seseorang untuk mempengaruhi, memotivasi, dan membimbing orang lain untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Gaya kepemimpinan dan citra politik juga merupakan bagian penting dalam konteks kepemimpinan politik.

Dalam konteks kampanye politik, para calon pemimpin, seperti Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar, berupaya memperkuat citra kepemimpinan mereka melalui berbagai kegiatan kampanye. Mereka berusaha untuk memperkenalkan diri dan visi politik mereka kepada masyarakat luas, serta menunjukkan konsistensi dan kerja nyata dalam upaya mempengaruhi dan memimpin masyarakat menuju perubahan yang diinginkan.

Yang mana kepemimpinan dalam konteks politik melibatkan berbagai aspek, termasuk kemampuan untuk mempengaruhi, memotivasi, dan membimbing masyarakat, serta membangun citra kepemimpinan yang konsisten, jujur, dan tulus. Hal ini menjadi kunci penting dalam upaya para pemimpin untuk memenangkan kepercayaan dan dukungan masyarakat dalam konteks pemilihan umum.

Personal Branding

Personal Branding memiliki berbagai proses fase yang dilalui dalam membentuk identitas atau reputasi yang baik pada publik. Pada cara fase yang pertama adalah bagaimana mendirikan sebuah *brand* dengan cara membuat perbedaan yang tidak ada pada umumnya yang mana publik melihat sebuah *brand* ini sebagai sesuatu yang unik atau bagaimana cara mendirikan *brand* yang menjadi target atau sasaran dari semua orang. Fase kedua yaitu adalah bagaimana cara individu tersebut mengembangkan *brand*-nya melalui tingkah laku dan komunikasinya dalam publik, karena cara individu tersebut berperilaku di dalam media sosial atau di hadapan publik dapat menentukan keberhasilannya dalam mendirikan *Personal Branding*. Fase terakhir yaitu bagaimana individu ini dapat menciptakan peluang baru bagi publik untuk memenuhi kebutuhannya, seperti permasalahan finansial atau ekonomi, nilai moral, dan sebagainya (Khedher, 2014). Konsep dari *Personal Branding* adalah bagaimana menentukan perbedaan yang ada dari suatu individu yang mencoba membangun citranya di hadapan publik. Semua individu dapat menjadi *Brand*-nya tersendiri tidak mementingkan umur, gender, ras, agama, suku, latar belakang konglomerat, berpengetahuan baik, dan sebagainya salah satu ciri dalam membangun *brand* yaitu keunikan yang dimiliki atau disukai oleh semua orang.

Pada istilah politik cara politikus membangun citra (*image*) dengan cara menyampaikan motif, nilai, optimisme, pengalaman, serta visi dan misi yang nantinya bagaimana dari sudut pandang publik menentukan karakteristik atau nilai yang ada pada dirinya, gambaran ini terlihat seperti individu yang mencari lowongan pekerjaan yang menampilkan data dirinya kepada perusahaan untuk bisa





menjalankan perusahaan tersebut yang mana gambaran perusahaan tersebut yaitu negara yang akan dijalankan politikus ini nantinya. Setelah mendapatkan keunikan dari *branding* dan usahanya dalam membangun citra (*image*) yaitu tinggal pada masalah akhir yaitu tujuan dari *personal branding* yang sudah diberikan.

Pada topik tentang kampanye politik Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar ini, mereka membangun *personal branding*-nya dengan cara memberikan program-program nilai baru seperti program Hotline Paris yang diambil dari nama dengan cara ini setiap masyarakat di Indonesia yang memiliki segala permasalahan yang dibawa ke dalam pengadilan dapat menyewa layanan-layanan yang dirancang khusus oleh pengacara dari Negara Indonesia dalam membentuk aspek keadilan yang utuh di dalam Negara Indonesia agar tidak ada ketidaksamaan (*inequality*) antara kelompok minoritas dan mayoritas, ini merupakan salah satu keunikan yang dipakai oleh Capres dan Cawapres dalam membangun *personal branding* yang nantinya sudah diprediksi oleh mereka untuk mendapatkan hasil yang memuaskan.

Integritas

Berbicara mengenai tentang integritas yang memiliki banyak definisi pada istilah kamus-kamus seluruh dunia, integritas yang mengandung kesatuan, konsistensi, kejujuran pada diri sendiri, berhubungan dengan moral, dan sebagainya yang paling menonjol dalam definisi integritas adalah sebagai apa yang dikatakan oleh suatu individu yaitu sesuai dengan perlakuannya dalam kenyataannya. Integritas didefinisikan sebagai bentuk dari suatu individu atau kelompok yang mencoba menampilkan keselarasan dalam perkataan dan perlakuannya dengan mengaplikasikannya kepada individu atau kelompok lainnya. Pada dua kata ini dipisah dan didefinisikan sebagai bentuk yang relevan yang di mana saling berkaitan seperti tingkah laku integritas (BI) *Behavioral Integrity* dan persepsi. Pada kata tingkah laku integritas didefinisikan sebagai perilaku yang konstan dari individu dalam menentukan batas dari individu tersebut dalam perkataannya. Pada kata kedua yaitu persepsi yang di mana setiap kata yang keluar yaitu berasal dari persepsi seseorang yang membuat persepsi dari istilah “integritas” ini tidak memiliki batas (Palanski, & Yammarino, 2009).

Dalam kampanye politik dari pasangan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar, yang lebih mencolok dalam pembahasan untuk istilah integritas di sini yaitu mencondong ke arah Anies Baswedan dalam media. Anies Baswedan, sebagai salah satu dari pasangan calon tersebut, tampaknya menjadi sorotan yang lebih intens terkait isu integritas. Istilah integritas dalam konteks kampanye politik sering kali terkait dengan citra dan karakter seorang kandidat, termasuk kejujuran, moralitas, dan konsistensi dalam tindakan dan sikap. Faktor-faktor tertentu mungkin telah menyebabkan penekanan lebih besar pada Anies Baswedan dalam pembahasan integritas. Hal ini bisa disebabkan oleh peristiwa atau kontroversi tertentu yang melibatkan Anies Baswedan dan menjadi sorotan media selama kampanye. Atau mungkin pula, Anies Baswedan telah memilih untuk menonjolkan tema integritas dalam platform atau pesan kampanyenya, sehingga media lebih fokus pada aspek tersebut. Dalam konteks politik, integritas seorang kandidat dapat menjadi elemen kunci yang mempengaruhi persepsi publik terhadap kemampuan dan karakternya. Oleh karena itu, penekanan yang lebih besar pada Anies Baswedan dalam pembahasan integritas bisa menjadi strategi kampanye untuk memperkuat citra kejujuran dan moralitasnya di mata pemilih.





3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kepustakaan, juga dikenal sebagai penelitian kepustakaan (library research) yang mana dalam penelitian ini dengan cara melibatkan pengumpulan dan analisis informasi dari berbagai sumber buku, majalah dan artikel. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan teori, prinsip, pendapat, gagasan dan lain-lain yang dapat dipakai untuk menganalisis dan memecahkan masalah yang diteliti.

Dalam penelitian kepustakaan, sumber data dapat dikategorikan menjadi dua: sumber data primer dan sumber data sekunder. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan sumber data sekunder. Data sekunder yaitu sumber data yang diperoleh dari pengamatan secara tidak langsung, yang mana diperoleh melalui sumber-sumber seperti jurnal, buku, artikel, dan penelitian-penelitian terdahulu. Sumber data sekunder pada penelitian ini menggunakan beberapa sumber artikel, jurnal-jurnal ilmiah yang berkaitan dengan kampanye politik Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar.

Analisis data yang dihimpun bertujuan untuk mengeksplorasi personal branding Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar yang terekspos melalui berita dan media sosial. Dalam pengumpulan data, personal branding keduanya diamati melalui berbagai bentuk seperti dokumen, foto, video, teks, dan format lainnya, yang menjadi fokus penelitian dalam topik yang dibahas (Kurniawan & Gabriella, 2020). Dari hasil pengamatan tersebut, rangkuman dihasilkan untuk mendapatkan kesimpulan atau pernyataan yang akan diteliti lebih lanjut melalui analisis konten dari apa yang disajikan baik dalam berita, media sosial, maupun respons masyarakat.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada Pemilihan Umum (Pemilu) tahun 2024, kampanye politik pasangan calon Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar menjadi sorotan utama dalam peta politik Indonesia. Pasangan ini menarik perhatian dengan visi dan platform politiknya yang mencakup berbagai isu penting bagi masyarakat Indonesia. Dalam kampanye mereka, terdapat beberapa poin utama yang menjadi fokus pembahasan.

Salah satu poin penting dalam kampanye Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar adalah penekanan pada isu-isu pembangunan dan kesejahteraan masyarakat. Pasangan ini berkomitmen untuk meningkatkan pembangunan infrastruktur, pendidikan, kesehatan, dan ekonomi guna menciptakan kondisi yang lebih baik bagi rakyat. Mereka menyajikan rencana konkret terkait revitalisasi sektor-sektor kunci dan peningkatan kualitas hidup. Selain itu, isu integritas dan kepemimpinan yang bersih menjadi fokus yang signifikan dalam kampanye mereka. Anies Baswedan, yang telah memimpin Jakarta sebagai Gubernur, diakui karena pendekatannya yang transparan dan berintegritas. Pasangan ini secara aktif menyoroti nilai-nilai kejujuran, akuntabilitas, dan moralitas sebagai landasan utama kepemimpinan mereka. Muhaimin Iskandar, dengan pengalaman panjangnya di dunia politik, juga memberikan kontribusi pada citra kelembutan dan kesederhanaan dalam kepemimpinan.

Selain itu, dalam kampanye tersebut, pasangan ini memanfaatkan teknologi dan media sosial sebagai alat untuk berkomunikasi dengan pemilih. Mereka meluncurkan kampanye daring yang interaktif, menyampaikan pesan-pesan kampanye dan visi mereka melalui platform-platform digital.





Hal ini mencerminkan adaptasi terhadap perubahan dinamika komunikasi dalam era teknologi informasi.

Namun, seperti dalam setiap kampanye politik, pasangan ini juga dihadapkan pada kritik dan tantangan. Beberapa kritik mungkin berkaitan dengan rekam jejak masing-masing kandidat, kebijakan tertentu yang diusulkan, atau pertanyaan tentang implementasi rencana mereka. Oleh karena itu, dalam menjawab kritik dan pertanyaan ini, pasangan Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar diharapkan memberikan klarifikasi dan solusi yang dapat meyakinkan pemilih.

Dalam hal ini kampanye politik Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar pada Pemilu tahun 2024 mencerminkan upaya untuk menyampaikan pesan-pesan positif, menekankan integritas kepemimpinan, dan memberikan solusi konkret untuk isu-isu krusial yang dihadapi oleh masyarakat Indonesia. Pada akhirnya, hasil Pemilu akan menjadi cerminan dari sejauh mana visi dan janji kampanye tersebut dapat meyakinkan dan meraih dukungan luas dari pemilih Indonesia.

5. KESIMPULAN

Pemilihan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden merupakan ajang bagi para politikus untuk mencapai suatu kuasa yang absolut yang mana tempat atau jabatan untuk memikul nama “Presiden” dan “Wakil Presiden” menjadi incaran bagi setiap pasangan calon. Dari situ munculnya ajang dari menampilkan berbagai kepemimpinan, *personal branding*, integritas, dan sebagainya. Seorang pemimpin perlu untuk merangkul kelompoknya untuk membawa kelompoknya ke tempat yang sejahtera, seperti pendaki gunung yang membawa kelompoknya ke puncak memunculkan gambaran Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden dari Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar dapat membawa Indonesia ke performa puncak yang di mana semua perkataannya dapat dipercaya dan dipegang oleh rakyatnya. Tentu sebelum untuk mendaki gunung dibutuhkannya individu yang berpengalaman dan unik melihat Anies Baswedan sebagai mantan dari Gubernur DKI Jakarta dan Muhaimin Iskandar sebagai Wakil Ketua DPR RI dalam memberikan pengalamannya dalam mengatur sebuah negara membiarkan publik menentukan *personal branding* dari kedua pasangan ini yang mana sangat menjanjikan untuk masyarakat berpotensi untuk memilih calon kedua pasangan ini. Pasangan ini juga memiliki slogan “Indonesia Adil Makmur Untuk Semua AMIN Aja Dulu” sebagai bagian dari kampanye mereka.

Kampanye politik dari zaman dahulu masih sama seperti biasanya para politikus membagikan kesannya melalui nilai, motif, visi dan misi, dan sebagainya yang berbeda dengan masa sekarang adalah media yang berkontribusi sebagai jejak digital bagi para politikus ini dalam memilih tuannya untuk mengatur negara Indonesia. Peran media tidak hanya memberikan pengaruh kepada publik melainkan juga publik dapat mempengaruhi para calon-calon pasangan Presiden dan Wakil Presiden untuk melihat persoalan yang dihadapi negara Indonesia dalam memberikan solusi kedepannya. Anies Baswedan dalam *brand*-nya di media sosial dikatakan cukup baik seperti Jakarta International E-Prix Circuit yang mana merupakan tempat ajang balapan mobil listrik yang sukses pada Juni 2022, Stadion Jakarta International Stadium, Pembangunan Jalan Sepeda, Halte Resmi Bundaran HI Jakarta, dan masih banyak lagi. Citra dari Anies Baswedan sangat menjanjikan bagi masyarakat dalam membangun Indonesia kedepannya yang sejahtera dan makmur. Begitu juga dengan Muhaimin Iskandar yang mengesahkan Imlek, mengizinkan Gereja berada di Jawa, yang menggulingkan partai





PKB milik Abdurrahman Wahid yang memiliki pesantren terbesar di Jawa, dan sebagainya. Hal ini yang membuat Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden ini menjadi pasangan yang terbaik untuk menyampaikan nilai-nilai Pancasila dan Bhineka Tunggal Ika yang sangat cocok sekali dengan budaya dan keragaman yang ada di Indonesia

Meskipun terdapat dukungan dari beberapa partai politik, kampanye pasangan Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar juga menghadapi tantangan, termasuk penarikan dukungan dari Partai Demokrat pada September 2023. Selain itu, kampanye politik pasangan ini juga terus berupaya memperkuat citra politik mereka melalui berbagai kegiatan kampanye, seperti pidato, debat, dan pertemuan dengan masyarakat untuk menginspirasi visi dan misi mereka.

Dalam hal ini, kampanye politik Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar terdapat beberapa aspek yang perlu dipertimbangkan, termasuk visi dan misi calon, dukungan partai politik, tantangan yang dihadapi, serta upaya untuk memperkuat citra politik karena pada dasarnya kampanye politik merupakan bagian penting dari proses demokrasi dan pemilihan umum di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Khedher, M. (2014). *Personal branding phenomenon. International journal of information, business and management*, 6(2), 29.
- Palanski, M. E., & Yammarino, F. J. (2009). *Integrity and leadership: A multi-level conceptual framework. The Leadership Quarterly*, 20(3), 405-420.
- Alim, A. S., & Rahmawati, D. E. (2021). *Komunikasi Politik Anies Baswedan Melalui Sosial Media Twitter. Academia Praja: Jurnal Ilmu Politik, Pemerintahan, dan Administrasi Publik*, 4(2), 441-453.
- Puspitasari, K. (2020). *Kapabilitas dan Kepemimpinan Anies Baswedan dalam Penanganan Banjir Jakarta di Detik. com dan Kompas. com. Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(2), 221-238.
- Asbari, M. (2023). *Urgensi Pemimpin Adil dan Berpengetahuan Luas: Perspektif Anies Baswedan. Journal of Information Systems and Management (JISMA)*, 2(6), 22-27.
- Haris, A., Amalia, A., & Hanafi, K. (2022). *Citra Politik Anies Baswedan Di Media Massa. Communiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 15-24.

