

**Sehat Ihsan Shadiqin &
Fathayatul Husna (Ed)**

ISLAM VIRTUAL

Politik, Dakwah dan Kesenangan di Media Sosial

**Willy Hizriani Nasution
Dini Maulina
Wali Fansuri
Ziaul Haj
Maulida Rahmi
Agus Maulidin
Marlin Yanti**

Program Studi
**Sosiologi
Agama**



ISLAM VIRTUAL

POLITIK, DAKWAH DAN KESENANGAN
DI MEDIA SOSIAL

Editor:

Sehat Ihsan Shadiqin dan Fathayatul Husna

Penulis:

Willy Hizriani Nasution

Dini Maulina

Wali Fansuri

Ziaul Haj

Maulida Rahmi

Agus Maulidin

Marlin Yanti

**Program Studi Sosiologi Agama UIN Ar-Raniry
Bandar Publishing
2020**

Islam Virtual: Politik, Dakwah, dan Kesenangan di Media Sosial / Sehat Ihsan Shadiqin dan Fathayatul Husna (ed), Program Studi Sosiologi Agama dan Bandar Publishing, Banda Aceh: 2020

x, 216 hlm, 14,8 x 21 cm

Layout: Lilis Sariyanti

Foto: canva.com

Cetakan Pertama, Oktober 2020

Diterbitkan atas Kerjasama Program Studi Sosiologi Agama
Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Ar-Raniry dan
Bandar Publishing

Program Studi Sosiologi Agama
Jl. Abdurrauf Assingkili
Komplek Kampus UIN Ar-Raniry
Kopelma Darussalam
Banda Aceh
Email: sosiologiagama.fuf@ar-raniry.ac.id

Bandar Publishing
Lamgugob, Syiah Kuala
Banda Aceh, Provinsi Aceh
Mobile Phone: 085360606071
E-mail: bandar.publishing@gmail.com

ISBN:: 978-602-1632-90-1



KATA PENGANTAR

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Peran penting perguruan tinggi di Indonesia antara lain adalah melahirkan terobosan-terobosan pemikiran yang dapat bermanfaat bagi pemerintah sebagai dasar dalam mengambil kebijakan. Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Ar-Raniry memiliki program studi yang fokus pada berapa bidang pengetahuan khususnya pengetahuan keagamaan. Program studi yang ada di Fakultas Ushuluddin dan Filsafat memiliki distingsi dan fokus dalam kajian mendalam dan komprehensif serta multidisipliner dalam ilmu-ilmu keislaman. Oleh sebab itu Fakultas Ushuluddin tidak lagi hanya terbatas pada kajian normativitas agama saja namun juga beragam masalah-masalah sosial dengan pendekatan keagamaan. Salah satunya adalah Sosiologi Agama.

Program Studi Sosiologi Agama memiliki visi melakukan penelitian dengan pendekatan sosiologi atas masalah-masalah sosial keagamaan. Hal ini untuk melihat sebuah masalah dengan

perspektif yang beragam. Bukan hanya hukum Islam namun juga perspektif sosial. Dengan demikian masalah sosial keagamaan yang ada di dalam masyarakat dapat dipahami dengan lebih jelas dan komprehensif. Program Studi Sosiologi Agama sudah berdiri sejak tahun 2013 dan terus melakukan kajian-kajian terkait dengan beragam masalah sosial keagamaan yang ada di dalam masyarakat Aceh. Di masa yang akan datang kita berharap melalui kajian-kajian ini program studi Sosiologi Agama dapat memberikan kontribusi kepada pemerintah terutama dalam bentuk pemikiran untuk mengambil kebijakan terkait dengan kehidupan sosial keagamaan.

Buku yang ada di tangan pembaca ini merupakan hasil kajian serius yang dilakukan oleh mahasiswa program studi Sosiologi Agama di bawah bimbingan para dosen untuk menggali beragam persoalan sosial yang ada dalam masyarakat dengan kacamata sosiologi. Buku ini berawal dari kebijakan Rektor UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang memberikan peluang untuk melaksanakan program penulisan karya ilmiah mahasiswa atau selama ini dikenal dengan skripsi diganti dengan sebuah artikel *book chapter* yang dipublikasikan. Kebijakan ini lahir sebagai bagian dari respon terhadap pandemi covid 19 yang melanda dunia sejak tahun 2020. Oleh sebab itu buku ini selain memberikan kemudahan kepada mahasiswa dalam menyelesaikan program sarjana S1 juga memberikan kontribusi yang lebih luas kepada masyarakat dengan penyebaran pemikiran hasil penelitian.

Atas nama Dekan Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Ar-Raniry Banda Aceh Saya merasa sangat berbangga dengan publikasi buku ini. Saya berharap penerbitan buku ini dapat menjadi sebuah tradisi baru di Fakultas Ushuluddin di masa yang akan datang sehingga hasil penelitian mahasiswa dan

dosen tidak hanya sekedar untuk menyelesaikan program Strata Satu di Universitas namun juga memberikan kontribusi pemikiran di dalam masyarakat yang lebih luas dengan menerbitkan karya ilmiah tersebut ke dalam bentuk buku atau bentuk penerbitan yang lain.

Darussalam, September 2020

Dekan,

Dr. Abd. Wahid, M.Ag



PENGANTAR PENERBIT

Penerbit Bandar Publishing sejak berdiri pada tahun 2007 fokus pada pengembangan pengetahuan sosial keagamaan melalui penerbitan buku. Kerjasama dengan Program Studi Sosiologi Agama UIN Ar-Raniry Banda Aceh merupakan usaha kami dalam menyebarkan pengetahuan khususnya hasil kajian akademisi ke ruang yang lebih luas. Selama ini banyak kajian akademisi di kampus yang terpendam dan tidak dapat dimanfaatkan oleh masyarakat luas karena hanya disimpan di kantor dan atau perpustakaan. Dengan melakukan sedikit penyesuaian, karya-karya yang bagus dari dosen, mahasiswa, dan civitas akademika pada umumnya dapat dikonsumsi oleh publik.

Kami memiliki komitmen kuat untuk terus mendukung lembaga pendidikan tinggi dalam mempublikasi hasil penelitian mereka dalam bentuk buku. Posisi Bandar Publishing sebagai mitra resmi toko buku Gramedia Indonesia di Aceh memberikan peluang buku-buku karya cendekiawan di Aceh mendapatkan pasar di seluruh Indonesia. Oleh sebab itu ke depan kita berharap karya-karya tersebut bukan hanya menjadi koleksi dan bacaan di kampus namun juga menjadi dasar pengambilan kebijakan oleh pemerintah di berbagai daerah di Indonesia.

Semoga penerbitan buku ini menjadi langkah strategis yang dilakukan oleh Bandar Publishing bersama Prodi Sosiologi Agama UIN Ar-Raniry dalam rangka mengembangkan budaya literasi bukan hanya di Aceh namun juga Indonesia pada umumnya.

Lamgugob, Oktober 2020
Direktur,

Dr. Mukhlisuddin Ilyas, M.Ed



DAFTAR ISI

Pengantar Dekan Fakultas Ushuluddin dan Filsafat.....	iii
Pengantar Penerbit.....	vii
Daftar Isi	ix

Pengantar Editor:

Islam, Media Sosial, dan Kontruksi Identitas

<i>Sehat Ihsan Shadiqin</i>	1
-----------------------------------	----------

Dakwah dan Eksistensi: Penggunaan Instagram dalam Membangun Citra Politisi Perempuan Aceh

<i>Willy Hizriani Nasution, Sehat Ihsan Shadiqin, dan Suci Fajarni.</i>	7
--	----------

Rabbanians ID: Youtube, Generasi Milenial Dan Gerakan Dakwah Di Media Sosial

<i>Dini Maulina, Sehat Ihsan Shadiqin, dan Musdawati.....</i>	41
---	-----------

Generasi Muda Dan Dakwah “Kekinian”: Komunitas Raisul Fata Di Banda Aceh

<i>Wali Fansuri, Taslim HM Yasin, dan Abdul Majid.....</i>	71
--	-----------

**Musik Aceh dan Kritik Sosial: Analisis Lirik Lagu
Seuramoe Raggae**

Ziaul Haj, Musdawati dan Taslim HM Yasin..... 99

Game Online dan Interaksi Sosial Virtual

Maulida Rahmi, Taslim HM Yasin, dan Suci Fajarni..... 131

Game PUBG: Fatwa MPU Aceh dan Respon Santri

Agus Maulidin, Abdul Madjid, dan Arfiansyah..... 157

Game “Aceh The Royal” dan Fatwa Haram MPU Aceh

Marlin Yanti, Sehat Ihsan Shadiqin, dan Musdawati..... 181

Tentang Penulis 209



1

DAKWAH DAN EKSISTENSI: PENGUNAAN INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN CITRA POLITISI PEREMPUAN ACEH

Willy Hizriani Nasution, Sehat Ihsan Shadiqin, dan Suci Fajarni

Akhir-akhir ini, media sosial banyak digunakan oleh para politisi yang tengah membangun citranya di hadapan masyarakat. Kini media sosial menjadi tempat promosi diri agar dikenal banyak orang melalui postingan.¹ Partai politik di Indonesia sudah banyak yang memiliki akun media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* dan *Youtube*.²

¹ M Nisrina, *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang* (yogyakarta: Kobis, 2015), 137.

² *kompas.com*, "Parpol Serius Garap Media Sosial," 2013 diakses pada 20 februari 2020 .

Media sosial mempengaruhi gerak politisi dalam meraih dukungan masyarakat.³ *Instagram* menjadi aplikasi yang paling banyak digunakan karena *Instagram* adalah media sosial yang dapat digunakan untuk berbagi foto maupun video.⁴ *Instagram* menawarkan kemudahan untuk memperkenalkan diri kepada publik. Sehingga masyarakat dapat menilai secara mandiri melalui foto maupun video yang di posting pada akun *Instagram* milik mereka.

Mengenai penyampaian informasi, media sosial memiliki pengaruh dalam mempublikasikan informasi politisi. Media sosial juga menggambarkan informasi untuk membentuk opini publik tentang kebijakan dan posisi politik. Selain itu media sosial dapat membangun dukungan komunitas kepada politisi yang tengah berkampanye. Kemampuan lainnya dapat menciptakan ruang dialog antar politisi dengan publik serta dapat menarik minat pemilih. Hal ini menjadikan media sosial semakin penting bagi politisi.⁵

Media sosial erat kaitannya dengan strategi *branding*.⁶ Hal ini dibuktikan dengan seseorang yang bukan berlatarbelakang artis mampu dikenal banyak orang melalui *Instagram* dalam waktu singkat. Di kalangan anak muda Indonesia hal ini biasa disebut dengan *viral*. Berdasarkan hal tersebut media sosial mampu membangun citra seseorang yang

³ Merliana Ardha, "Sosial Media sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 di Indonesia," *jurnal vist komunikasi* 13, no. 1 (2014): 105.

⁴ Florencia Inne Puspitasari, "Kebutuhan yang Mendorong Remaja Mem-posting Foto Atau Video Pribadi Dalam Instagram," *Jurnal ilmiah mahasiswa universitas surabaya* 5, no. 1 (2016): 1.

⁵ Roshramadan dkk, *Menulis Etnografi: belajar menulis tentang kehidupan sosial budaya berbagai etnis* (Medan: yayasan kita menulis, 2020), 161.

⁶ Amanah Rakhim Syahidah, "Personal Branding D_Kadoor untuk Menaikan Popularitas melalui instgaram," *Aristo* Vol 6, no. 1 (2018): 68,.

ingin terlihat baik dan menarik serta diiringi dengan keuntungan-keuntungan lainnya.

Melalui media sosial seperti *Twitter*, *Instagram*, *Facebook* masyarakat dengan mudah dapat menjangkau tokoh publik.⁷ Selain tokoh politisi nasional, media sosial juga digunakan oleh politisi di Aceh. Seperti Illiza Sa'aduddin Jamal yang menggunakan *Instagram* untuk mempublikasikan informasi tentang dirinya melalui akun @illizasaaduddin⁸ dan Darwati A.Gani dengan akun *Instagram* @Darwati_agani⁹ serta beberapa politisi lainnya. Mereka secara aktif memperkenalkan diri mereka kepada publik melalui postingan-postingan *Instagram* mereka.

Saat ini, politisi perempuan semakin ramai dan terlihat aktif di ranah politik. Penulis melihat Illiza dan Darwati aktif dalam sejumlah kegiatan. Di samping itu, keduanya juga aktif di media sosial, terutama *Instagram*. Seperti Darwati yang tengah menjadi topik perbincangan di media sosial. Mulai dari masalah pribadi hingga masalah politik dan juga mengenai gaya busana beliau. Sejak Gubernur Aceh non-aktif Irwandi Yusuf dinyatakan sebagai tersangka penerima suap, gaya hidup Darwati A. Gani ikut tersorot. Karena selain kecantikannya, yang menarik perhatian adalah gaya hidupnya yang terbilang mewah, bermerek, dan terlihat trendi.¹⁰ Hal tersebut juga terlihat melalui unggahan *Instagram* miliknya. Darwati juga menggunggah

⁷ Hanifah Islamiyah dan Arief rachman, "Personal Branding Pejabat Publik di Media Sosial," *Jurnal dakwah dan komunikasi* Vol 9, no. 1 (2018): 3.

⁸ "Illiza Saaduddin Djamal (@illizasaaduddin) • Foto dan video Instagram," diakses 26 Mei 2020, <https://www.instagram.com/illizasaaduddin/>.

⁹ "Darwati A. Gani (@darwati_agani) • Foto dan video Instagram," diakses 22 April 2020, https://www.instagram.com/darwati_agani/.

¹⁰ tempo.co, "fashion trendi Darwati A.Gani, istri Irwandi yusuf," 2018 diakses pada 25 juni 2020 .

beberapa kegiatannya sehari-hari seperti memasak, bersedekah, liburan, keagamaan dan pada saat ia berkumpul dengan keluarga.

Beginipun halnya dengan Illiza, sejak menjadi anggota DPR RI nama Illiza semakin dikenal oleh masyarakat, khususnya di Aceh. Mulai dari penampilan hingga kegiatan-kegiatan sosial dan keagamaan yang aktif ia lakukan menjadi tolak ukur pandangan masyarakat terhadap dirinya. Kegiatan-kegiatan tersebut dapat dilihat oleh masyarakat melalui postingan media sosial terutama akun *Instagram* miliknya.

Mengacu pada fenomena di atas media sosial dan citra politisi telah di teliti oleh beberapa akademisi terdahulu. Di antaranya, Frenda Yentin Mediana, Nurdin Abd Halim, Megasari N. Dan I Wayan Suyadnya, dan Abraham Zakky Zulhazmi. Frenda Yentin Mediana menjelaskan bahwa melalui konten-konten di *Facebook*, Hary Tanoesoedibjo memperlihatkan dirinya sebagai politisi yang religius dengan dilengkapi atribut keislaman seperti peci, sorban dan rebana.¹¹ Mediana menganggap, hal ini terlihat keliru dikarenakan atribut yang dikenakan tidak biasanya digunakan oleh Hary Tanoesoedibjo sebagai seorang Kristiani. Mediana juga menjelaskan *Facebook* berperan dalam menciptakan realitas baru Hary Tanoesoedibjo sebagai politikus religius Islami.

Selanjutnya Nurdin Abd Halim yang mengatakan bahwa perempuan dalam memenuhi kebutuhan sosialnya telah menggunakan media massa terutama untuk pencitraan dirinya. Hal ini terbukti dari keterlibatan perempuan yang sangat dominan dalam media massa, terutama televisi, surat kabar dan

¹¹ Frenda Yentin Mediana, "Media Sosial dan Hiperrealitas Tanoesoedibjo sebagai Politikus Religius Islam" (Skripsi, Yogyakarta, Studi Ilmu Komunikasi, 2017), 95.

internet.¹² Dalam memperkuat pencitraan tersebut perempuan harus menyesuaikan diri dengan nilai dan norma yang berlaku dilingkungan sekitarnya. Hal ini tidak luput dari kontrol pemerintah dan lembaga-lembaga lainnya agar dapat terukur dan berhasil.

Selanjutnya Megasari N. Dan I Wayan Suyadnya yang mengatakan bahwa bentuk-bentuk komunikasi non-verbal yang dilakukan oleh Surya Paloh di publikasikan melalui media sosial dengan memperlihatkan intonasi suara, kecepatan berbicara, kontak mata, ekspresi wajah, bentuk tubuh, hingga gerakan tangan sebagai ekspresi dari komunikasi seorang politisi.¹³ Ia juga mengatakan bahwa Surya Paloh memanfaatkan komunikasi non-verbal untuk menarik perhatian audiens. Komunikasi non-verbal juga cukup membantu politisi ketika berbicara di depan publik.

Selanjutnya Abraham Zakky Zulhazmi yang mengatakan bahwa M. Romahurmuziy sebagai ketua Umum Partai Persatuan Pembangunan (PPP) menampilkan citra Islami, muda dan kekinian di media sosial.¹⁴ Citra tersebut ditujukan untuk menysar generasi milenial muslim. Hal ini dikarenakan generasi milenial memiliki ciri khas tersendiri. Praktik dilakukan dengan mengenakan *fashion* tertentu yang sesuai dengan tampilan milenial muslim.

¹² Nurdin Abd Halim, "Media dan Pencitraan Perempuan," *jurnal Perempuan* 10, no. 2 (2011): 23.

¹³ Megasari N. Fatanti, "Olah Tubuh Politisi Dalam Bingkai Media: Analisis Komunikasi Non Verbal Surya Paloh Dalam Membangun Citra Politik," *Jurnal Komunikasi Indonesia* 5, no. 1 (2 Januari 2018): 26,

¹⁴ Abraham Zakky Zulhazmi, Institut Agama Islam Negeri Surakarta, Corresponding Author, "Mendulang Suara Generasi Milenial Muslim: Citra Ketua Umum PPP M. Romahurmuziy di Media Sosial | Zulhazmi | SHAHIH: Journal of Islamicate Multidisciplinary," *Shahih* 3, no. 2 (2018): 173,.

Penulisan karya ilmiah yang penulis lakukan berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Penulisan ilmiah ini difokuskan pada bagaimana penggunaan media sosial *Instagram* sebagai sarana pembentukan citra bagi politisi perempuan di Aceh. Penulisan artikel ini menggunakan teori citra diri. Frank Jefkins mengatakan citra adalah kesan seseorang tentang sesuatu yang diperoleh sesuai dengan fakta-fakta yang ada berdasarkan pengetahuan dan pengalamannya.¹⁵ Maka untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penulisan artikel ilmiah ini maka penulis menggunakan metode Etnografi Digital yaitu metode digital yang fokus untuk mempelajari bentuk-bentuk budaya baru dari kehidupan yang dibawa oleh internet dalam kehidupan sehari-hari.¹⁶

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data yang bersifat asli yang dikumpulkan oleh peneliti melalui metode etnografi digital yang diperoleh dari akun *Instagram*. Penulisan ini ingin melihat bagaimana politisi perempuan di Aceh menggunakan media sosial untuk membangun citra melalui postingan *Instagram* yaitu pada akun @darwati_agani dan @illizasaaduddin.

Media Sosial dan Politisi

Media sosial mulai berkembang pada tahun 1978. Hal ini berawal dari penemuan papan buletin oleh Ward Christensen dan Randy Suess yang memungkinkan orang lain dapat terhubung dengan menggunakan surat elektronik atau perangkat lunak.¹⁷ Lalu

¹⁵ Anjelita Noverina, ed., *Super Handbook For Perfect Lie Detector : cara cepat membaca kebohongan* (Jakarta: PT Grasindo, 2014), 15.

¹⁶ Siti Khalifah dan I Wayan Suyadnya, *Metodologi Penelitian Kualitatif Berbagai Pengalaman dari Lapangan* (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2018), 332.

¹⁷ Dhifa Nabila dkk, *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0* (Malang: Inteligencia Media, 2020), 62.

pada tahun 1997 di temukan *Sixdegree.com* sebagai media sosial pertama di ikuti pada tahun 2004 muncul aplikasi yang terkenal hingga saat ini yaitu *Facebook* yang awal mula berdiri sebagai latihan khusus bagi mahasiswa Harvard yang kemudian dapat di gunakan oleh masyarakat umum pada tahun 2006.¹⁸

Setelah itu pada tahun 2006 situs jejaring baru kembali muncul yaitu *Twitter*, berselang empat tahun kemudian *Instagram* muncul pada tahun 2010 sebagai aplikasi yang memungkinkan untuk berbagi foto, video, informasi dan berbagai artikel. Dalam situs ini interaksi dibangun melalui tombol suka (*like*), kolom komentar dan pengiriman pesan melalui *Direct Messenger* (DM).¹⁹

Secara umum media sosial digunakan oleh berbagai kalangan untuk memperoleh dan menyampaikan informasi ke publik, agar mudah berpartisipasi dan berinteraksi secara online.²⁰ Media sosial memiliki dampak positif dan dampak negatif bagi pengguna, diantara dampak positifnya adalah kemudahan mengakses informasi, sebagai sarana hiburan, memberikan pertemanan yang lebih luas bagi anak-anak yang sangat pendiam di dunia nyata, dan lebih mudah mengekspresikan diri di dunia maya.²¹ Sedangkan dampak negatifnya adalah menjauhkan orang-orang yang sudah dekat maupun sebaliknya, interaksi tatap muka menurun,

¹⁸ Holy Kartika Nurwigati Sumartiningyas, "Penemuan yang Mengubah Dunia: Era Media Sosial Facebook Jadi yang Terpopuler di Indonesia - Kompas.com," *compas.co*, 2020 diakses pada 25 juni 2020,.

¹⁹ Maria Rosari Krisdyahayu, "Sejarah Internet dan Perkembangan Media Sosial di Indonesia, Dari Friendster hingga Snapchat," *KOMPASIANA*, 12 September 2018, bag. Hiburan, diakses pada 25 juni 2020.

²⁰ Anang Sugeng Cahyono, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia," *Jurnal publiciana*, Vol 9, no. 1 (2016): 140.

²¹ Sulidar Putri, "Dampak Positif dan Negatif Sosial Media terhadap Perubahan Sosial Anak", *jurnal kajian penelitian dan pembelajaran* 1, no. 2 (2017): 122.

menyebabkan kecanduan karena memungkinkan untuk mengisolasi diri dan menimbulkan kejahatan dunia maya.²²

Media sosial juga digunakan oleh artis, pengusaha, *endorsement* dan juga politisi. Menurut pengamatan penulis, pandangan masyarakat terhadap politisi dipengaruhi oleh tampilan mereka di media sosial. Karena, media sosial memungkinkan untuk menjadi perantara antara masyarakat dan politisi. Tidak hanya di Indonesia, banyak peristiwa politik luar negeri juga melibatkan media sosial. Sejumlah politisi memanfaatkan media sosial untuk berkampanye dengan tujuan agar memperoleh dukungan dari masyarakat. Seperti yang dilakukan oleh Barack Obama dan Donald Trump sebagai presiden terpilih Amerika Serikat.

Keberhasilan menggunakan media sosial dipandang sebagai salah satu faktor Barack Obama dalam memenangkan pemilihan Presiden Amerika Serikat. Sekitar 30 persen pesan kampanye Barack Obama disampaikan melalui media sosial.²³ Dalam postingannya ia ingin terlihat sebagai seorang pemimpin yang sederhana, taat beragama dan sangat menyayangi keluarga terutama istrinya.²⁴

Pemilihan Presiden Amerika Serikat pada 2008 lalu menjadi contoh bagaimana penggunaan media sosial mampu berperan sebagai panggung politik untuk mendapatkan perhatian seluruh dunia.²⁵ Seperti Barack Obama yang menjadi

²² Yusril Rifqy Naufaly, dkk, *Relasi Kuat Antara Generasi Milenial dan Media* (Malang: Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang,.), 92.

²³ Faridhian Anshari, "Komunikasi Politik di Era Media Sosial," *jurnal komunikas*, Vol 8, no. 1 (2013): 93.

²⁴ "Barack Obama (@barackobama) • Foto dan video Instagram," diakses 22 Juni 2020, <https://www.instagram.com/barackobama/>.

²⁵ Wisnu Prasetya Utomo, "Menimbang Media Sosial dalam Marketing Politik di Indonesia : Belajar dari Jokowi – Ahok di Pilkada DKI Jakarta 2012," *ilmu sosial dan politik*, Vol. 17, no. 1 (2013): 72.

penentu dalam sejarah modernisasi kampanye politik di Amerika Serikat. Sementara lawannya menarik simpati publik dengan menggunakan media *mainstream*.²⁶

Hal tersebut juga di lakukan oleh Donald Trump yang berhasil memenangkan pemilu di Amerika Serikat dengan memanfaatkan media sosial untuk kampanye.²⁷ Dalam postingan media sosialnya yaitu Twitter, Trump fokus pada pemilihan kata yang menjelekan lawannya dari pada berbicara mengenai masalah yang sedang terjadi di Amerika.²⁸

Media sosial tidak hanya digunakan para politisi luar negeri tetapi juga di manfaatkan oleh politisi di Indonesia. Seperti yang di lakukan oleh Jokowi, Prabowo, dan Sandiaga Uno. Pada tahun 2019 saat pemilihan Presiden dan Wakil Presiden, ada dua pasangan calon presiden dan wakil presiden, salah satunya adalah Jokowi dan Ma'ruf Amin. Jokowi juga menggunakan media sosial sebagai sarana kampanye kepada masyarakat luas. Hal ini terlihat pada akun-akun media sosial yang mengatasnamakan sebagai pendukung Jokowi dan Ma'ruf Amin.

Sebelumnya, pada tahun 2014 Romanus Sumaryo beserta tim Narrada Communication mengelola akun media sosial Jokowi dan mempublikasikan segala rutinitas yang berkaitan dengan beliau dalam bentuk tulisan, foto, video dan grafik untuk menggiring opini publik. Hal ini dilakukan dengan cara

²⁶ Ica Wulansari, "Artikulasi Komunikasi Politik Ridwan Kamil Dalam Media Sosial Twitter," *jurnal komunikasi*, Vol. 6, no. 2 (2014): 21.

²⁷ Fathul Qarib, "Persepsi Hoax Politik Caleg Perempuan pada Pemilihan Umum Legislatif 2019 di Kota Malang," *warta ikatan sarjana komunikasi Indonesia* vol.3, no. 1 (2020): 13.

²⁸ Ronald Reagan Lumahayo Adams, "pemanfaatan Twitter oleh Donald Trump dalam Pilpres Amerika Serikat 2016" (skripsi, Bandung, Ilmu Hubungan Internasional, 2018), 9.

memproduksi konten-konten yang kreatif dan tidak mengada-
ngada. Informasi ini disebarakan melalui semua media sosial
mainstream.²⁹ Di samping akun media sosial yang dikelola tim
sukses kampanye, Jokowi juga memiliki akun *Instagram* pribadi.

Jokowi mulai aktif menggunakan media sosial *Instagram*
terhitung pada tanggal 4 Januari 2014. Hal ini terlihat melalui
unggahan pertamanya yang berkaitan dengan peluncuran 4G
secara nasional. Postingan pertama Jokowi memiliki 2.074
komentar dan lebih dari 19.000 pengikut yang menyukai.³⁰
Pertanggal 20 Juli 2020 akun *Instagram* pribadi milik Jokowi
memiliki lebih kurang 2.124 postingan dengan pengikut lebih
kurang 33,9 juta dan tidak mengikuti akun manapun.



Gambar 1: Unggahan Pertama Jokowi

Gambar tersebut memperlihatkan Jokowi dengan
menggunakan kemeja batik yang sedang bertemu dengan dua
orang yang juga menggunakan pakaian batik Indonesia. Isi

²⁹ Fadli Tanto, "Strategi Kampanye Media Sosial (Twitter) Tim Pemenangan Jokowi Jusuf Kala" (skripsi, Jakarta, Komunikasi dan Penyiaran Islam, 2015), 55.

³⁰ <https://www.instagram.com/p/BAHLIEhIAHB/> diakses 20 juni 2020

caption postingan tersebut menjelaskan Jokowi sedang turut serta dalam peluncuran 4G secara nasional.



Gambar 2 : Unggahan pencitraan diri Jokowi

Gambar tersebut menampilkan Jokowi yang selalu mengenakan pakaian khasnya yaitu kemeja putih di temani beberapa orang, mengunjungi seorang ibu-ibu yang berdagang kue. Melalui *caption* postingan tersebut beliau menyampaikan kebijakan pemerintah mengenai pembinaan ekonomi keluarga sejahtera yang disebut “mekaar” dalam mendorong perkembangan ekonomi masyarakat dengan memanfaatkan pinjaman tanpa agunan dari BUMN PT Permodalan Nasional Madani. Dengan mengeluarkan kebijakan tersebut, menunjukan bagaimana kepedulian Jokowi terhadap masyarakat kecil.

Selain Jokowi, politisi lainnya yang menggunakan media sosial untuk berkampanye adalah Prabowo. Pada akun *Facebook* miliknya, Prabowo lebih menonjolkan gambar-gambar dari para pendukung yang diberi nama “Suara Ibu Pertiwi Untuk Prabowo”. Sedangkan pada akun *Facebook* Jokowi lebih

menonjolkan video mengenai program kerja yang akan dilaksanakannya.³¹

Prabowo juga menggunakan *Instagram* dalam berkampanye dan pembentukan citranya. Akun *Instagram* pribadi milik Prabowo memiliki 352 postingan, 5 juta pengikut dan hanya mengikuti satu akun yaitu @gerindra. Prabowo memposting gambar pertama pada tanggal 20 September 2015 dengan sebuah gambar yang bertuliskan “BERSATULAH BANGSA KU”. Postingan ini memiliki 1.077 komentar dan lebih dari 23.000 pengikut yang menyukai.³²



Gambar 3 : Unggahan Pertama Prabowo di *Instagram*

Bedasarkan gambar di atas memperlihatkan sebuah kain putih dengan tulisan “Bersatulah Bangsaaku” dan dipegang oleh empat orang yang menggunakan baju putih. Hal ini

³¹ Cristiany Juditha, “Political Marketing dan Media Sosial (Studi Political Marketing Capres RI 2014 Melalui Facebook),” *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* Vol 19, no. 2 (2015): 235.

³² <https://www.instagram.com/p/72SFGYt-g/> diakses 20 juni 2020

memperlihatkan bagaimana besarnya kepedulian Prabowo terhadap kemajuan bangsa Indonesia.



Gambar 4 : Unggahan pencitraan diri Prabowo

Melalui gambar tersebut, terlihat tampilan Prabowo yang menggunakan baju yang identik dengan kepahlawanan, disertai peci dan mimik wajah yang memperlihatkan kesedihan karena ia sedang berbicara di depan masyarakat korban bencana gempa.

Sama halnya dengan Jokowi dan Prabowo, Sandiaga Uno juga melakukan kampanye melalui media sosial. Pada akun *instagram* @sandiuno pertanggal 28 Juni 2020 memiliki kurang lebih 4.954 postingan dengan pengikut lebih dari 7,3 juta serta 306 akun lain yang di ikuti. Postingan pertamanya di mulai pada tanggal 07 juli 2015 dengan 231 komentar dan lebih dari 1000 pengikut yang menyukai.³³

³³ <https://www.instagram.com/p/41bxNtjFWe/> diakses 28 Juni 2020



Gambar 5 : Unggahan Pertama Sandiaga Uno

Gambar tersebut memperlihatkan Sandiaga yang sedang mencukur rambut ayahnya. Hal ini dilakukan berdasarkan permintaan nazar ayahnya mengenai penerbitan buku “ UNO-Generasi yang lebih baik” terlihat pada *caption* postingan. Sandiaga menggunakan kemeja batik dan kacamata khas miliknya serta raut wajah bahagia diwajahnya.



Gambar 6 : Unggahan pencitraan diri Sandiaga Uno

Postingan tersebut memperlihatkan bahwa Sandiga dengan menggunakan baju kaus berwarna putih dan syal di lehernya tengah mengunjungi salah satu SMK di Jakarta. Keceriaan terlihat di wajah Sandiaga begitupun dengan siswa-siswi yang mengikuti kegiatan tersebut. Melalui *caption* postingan Sandiaga menyemangati siswa dan siswi di SMK tersebut agar bisa mendapat pekerjaan maupun membuka lapangan pekerjaan. Karena Sandiaga adalah seseorang yang sangat mendukung kemajuan generasi muda melalui bisnis.

Dari gambaran para politisi di atas menunjukkan bahwa, Tampilan Jokowi dalam media sosial pada pemilu 2014 mempengaruhi citranya pada tahun 2019. Hal demikian juga terlihat pada Prawobo Subianto. Dalam akun facebooknya Prabowo menampilkan dirinya yang gemar membaca dan pada saat berbicara Prabowo terlihat apa adanya. Masyarakat pendukungnya menyimpulkan bahwa Prabowo adalah sosok pemimpin yang melindungi, tegas, kuat, amanah dan memiliki pengalaman. Sedangkan Jokowi tergambarkan seperti pemimpin yang mendengar keluhan masyarakat, memperhatikan, mencintai serta membela kepentingan masyarakat. hal yang paling sering di angkat ke media sosial adalah Jokowi yang suka menghampiri masyarakat secara langsung yang lebih dikenal dengan *blusukan*.³⁴

Begitu juga dengan postingan *Instagram* yang memperlihatkan bahwa Sandiaga Uno adalah pemimpin yang merangkul serta memiliki jiwa yang dermawan, memiliki pengetahuan yang luas serta menerima aspirasi masyarakat.

³⁴ Juditha, "Political Marketing dan Media Sosial (Studi Political Marketing Capres RI 2014 Melalui Facebook)," 232.

Tidak hanya itu, melalui akun *instagram* miliknya juga memperlihatkan kepribadian Sandiaga Uno yang ramah, sopan dan religius.³⁵

Berdasarkan sejumlah data di atas, penulis melihat bahwa Jokowi, Prabowo dan Sandiaga Uno telah memanfaatkan media sosial sebagai wadah aktualisasi diri. Terkait hal ini, penulis berargumen bahwa ketiganya sedang mengolah citra diri di depan publik, khususnya warga *net*. Oleh karena itu, Berdasarkan analisis penulis, hal serupa juga dilakukan oleh politisi di Aceh, terkait wacana ini akan dibahas pada subbab berikutnya.

Instagram dikalangan Politisi Aceh

Dalam konteks Aceh, kehadiran media lokal tidak hanya sebagai bagian dari pusaran informasi, melainkan juga hadir sebagai bagian demokratisasi politik lokal. Di Aceh, kaitan media dan politik sangat erat. Dengan adanya media di Aceh terlihat jelas ambisi politik melalui pemberitaan.³⁶ Selain media lokal aktor politik juga menggunakan media sosial untuk membentuk citra diri dan menyampaikan visi dan misi secara bebas hingga berdebat dengan lawannya.³⁷

Komunikasi politik antara calon yang akan dipilih dengan para pemilihnya dapat dilakukan melalui media sosial.³⁸ Karena media sangat berpengaruh terhadap dukungan dari masyarakat.

³⁵ Nia Zulfah Nur, "Personal Branding Sandiaga Uno di Instagram dalam perspektif Peter Montoya" (tugas akhir, Jakarta, ilmu komunikasi, 2018), 9.

³⁶ Nellis Mardhiah, "pemetaan media lokal Aceh; kehadiran, tantangan serta relasinya dengan politik lokal," *jurnal ilmu komunikasi* Vol 3, no. 1 (2018): 2,.

³⁷ Muhammad Rafi, "Efektivitas Kampanye Partai Solidaritas Indonesia Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Kaum Muda Berpolitik (Studi Pada," *jurnal ilmiah mahasiswa FISIP Unsyiah* Vol 4, no. 4 (2019): 3,.

³⁸ Aminah, "peran media sosial 'facebook' dalam proses pembentukan opini publik menjelang pemilihan umum legislatif 2019 di kabupaten aceh jaya | Aminah | source : Jurnal Ilmu Komunikasi," *Urnal Ilmu Komunikasi*, Vol 4, no. 2 (2019): 13,.

Maraknya pemanfaatan media sosial kalangan politisi ibu kota maupun luar negeri juga berdampak pada politisi di Aceh.

Adapun politisi perempuan Aceh yang menggunakan *Instagram* seperti Tati Meutia Asmara dan Devi Yunita juga menggunakan *Instagram* dalam menampilkan kegiatan-kegiatan mereka. Tati Meutia menjadi anggota DPRK Banda Aceh periode 2019-2024 melalui Partai Keadilan Sejahtera (PKS), begitu juga dengan Devi Yunita yang menjadi anggota DPRK melalui Partai yang sama.³⁹

Melalui akun *Instagram* @tatimeutia ia membagikan kegiatan sehari-hari maupun kegiatan sosial serta politiknya. Pertanggal 6 Agustus 2020 akun *Instagram* miliknya di ikuti oleh 1.152 pengikut, 190 postingan dan mengikuti 22 akun lain. Tati Meutia mulai menggunakan *Instagram* sejak 29 Desember 2017, hal ini terlihat melalui postingannya yang pertama kali di *Instagram*.⁴⁰ melalui akun tersebut terlihat bahwa ia belum lama menggunakan *Instagram* dan sangat jarang mengunggah postingan. Sedangkan akun @devyunita memiliki 511 pengikut dan 101 postingan serta 239 akun lain yang di ikuti. Ia menggunakan *Instagram* sejak 13 juli 2015 tetapi sama seperti Tati Meutia yang juga sangat jarang sekali mengunggah postingan di *Instagram*.⁴¹ mereka mengunggah postingan seminggu atau bahkan dua minggu sekali.

³⁹ Muhammad Nasir, "Politisi Perempuan di Banda Aceh Ini Luncurkan Ambulans Gratis - Serambi Indonesia," *Serambinews.com*, <https://aceh.tribunnews.com/2019/07/01/politisi-perempuan-di-banda-aceh-ini-luncurkan-ambulans-gratis>. Diakses pada 6 Agustus 2020.

⁴⁰ "Tati Meutia Asmara (@tatimeutia) • Foto dan video Instagram," diakses 6 Agustus 2020, <https://www.instagram.com/tatimeutia/>.

⁴¹ "Devi Yunita (@devyunita) • Foto dan video Instagram," diakses 6 Agustus 2020, <https://www.instagram.com/devyunita/>.

Begitu juga dengan Syarifah Munira yang juga anggota DPRK Banda Aceh melalui Partai Persatuan Pembangunan yang baru-baru ini menggunakan *Instagram*. Syarifah menggunakan *Instagram* sejak 6 April 2019 hal ini dapat dilihat melalui postingan pertamanya di *Instagram* dengan akun @munirasyarifah. Akun tersebut memiliki 22 postingan, 1.217 pengikut dan 13 akun lain yang diikuti. Syarifah aktif dalam memperjuangkan hak perempuan dan anak melalui Peraturan Gubernur mengenai cuti bersalin dan melakukan aksi mendukung Peraturan Gubernur Nomor 49 Tahun 2019 tentang Pemberian ASI Eksklusif.⁴²

Politisi perempuan Aceh yang sangat aktif menggunakan *Instagram* hingga memiliki ribuan pengikut dan juga postingan adalah Illiza Saadudin Djamal dan Darwati A.Gani. Illiza Saaduddin dan Politisi yang sedang hangat di perbincangkan saat ini yaitu Darwati A. Gani juga menggunakan media sosial *Instagram* untuk berkampanye dan berbagi berbagai kegiatan. Dalam penulisan artikel ini, penulis fokus pada politisi perempuan Aceh yaitu Darwati A. Gani dan Illiza Saaduddin Djamal. Penulis melihat sejumlah faktor pendorong, seperti posisi Darwati sebagai istri gubernur Irwandi Yusuf. Selain itu, beliau juga dikenal sebagai “lady first Aceh”. Begitupun dengan Illiza yang memiliki sebutan “Bunda” kini menjabat sebagai anggota DPR RI dan beliau pernah menjabat sebagai Wakil Wali Kota Banda Aceh sejak 2007-2012 dan menjadi Walikota tahun 2014-2017. Penjelasan lebih lanjut tentang Darwati A. Gani dan Illiza Saaduddin Djamal akan dijelaskan pada subbab berikutnya.

⁴² lailatussaadah, “Central Figure Illiza Saaduddin Djamal sebagai Pemimpin Perempuan Aceh”, *internasional journal of child and gender studies* vol 3, no. 3 (2017): 102.

Instagram dan Citra Politisi Perempuan

Sebelum akhir abad ke-19, perempuan Aceh memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan. Mereka menduduki posisi sebagai ratu, perdana menteri dan kepala daerah yang biasa disebut *ullebalang*.⁴³ Saat ini, perempuan Aceh kembali ikut berpartisipasi di ranah politik seperti yang dilakukan oleh Darwati A.Gani dan Illiza Saaduddin Djamal. Berbeda dengan perempuan Aceh terdahulu, Mereka berdua membentuk posisi diri melalui media sosial dengan cara mempublikasikan kegiatan-kegiatan yang menjadi pendukung terbentuknya citra mereka.

Darwati A.Gani

Darwati A.Gani lahir pada tahun 07 September 1972 di Bireuen. Ia menghabiskan masa kecilnya di Bireuen dan menyelesaikan Sekolah Dasar hingga Sekolah Menengah Atas di Bireuen. Kemudian, ia melanjutkan pendidikan di Universitas Syiah Kuala, Banda Aceh dengan jurusan Program Diploma Pendidikan Kesekretariatan (PDPK) Fakultas Ekonomi.⁴⁴

Darwati A.Gani memiliki potensial dalam politik. Kepedulian Darwati terhadap perempuan dan anak sangat besar, darwati membangun yayasan Sambino untuk membantu anak-anak dan perempuan Aceh, kecintaanya terhadap anak-anak membuat Darwati mendapatkan anugerah nasional atas

⁴³ Noerdin Edriana, *Politik Identitas Perempuan Aceh* (Jakarta: Women Research Institute, 2005), 27.

⁴⁴ "Darwati A. Gani," *Darwati A.Gani* (blog), diakses 4 Juli 2020, <http://darwatiagani.blogspot.com/>.

partisipasinya dalam membina Taman Kanak-Kanak Al-quran dan Taman Pengajian pada 2011.⁴⁵

Selain itu, Darwati terpilih sebagai anggota DPR Aceh periode 2014-2019. Namun pada 2017 lalu, ia mengundurkan diri setelah suaminya Irwandi Yusuf terpilih sebagai gubernur Aceh 2017-2022. Darwati A. Gani kemudian di gantikan oleh Irwansyah yang meraih suara terbanyak kedua pada saat pemilihan. Alasan Darwati mundur adalah untuk fokus mendampingi suaminya karena ia merasa tugas sebagai istri gubernur jauh lebih berat. Setelah itu, Darwati A. Gani kembali mencalonkan diri dan terpilih untuk kedua kalinya sebagai anggota DPR Aceh periode 2019-2024 melalui Partai Nanggro Aceh (PNA) untuk daerah pemilihan 1 meliputi Banda Aceh, Aceh Besar, dan Sabang.⁴⁶

Akun *Instagram* Darwati Agani pertanggal 25 Januari 2020 memiliki pengikut sebanyak 198.000 dengan jumlah postingan sebanyak 1.300 lebih potingan. Darwati A.Gani menggunakan *Instagram* sejak 21 April 2015, hal ini terlihat pada postingan pertamanya di akun *Instagram* miliknya yang memperlihatkan sebuah foto dirinya yang mengenakan baju hijau dan jilbab senada dengan 9 komentar dari pengikutnya.⁴⁷ Melaui media sosial miliknya dapat dilihat bahwa ia lebih aktif menggunakan *Instagram*, hal ini di sebabkan ia memposting foto paling banyak 3-4 kali perhari.

⁴⁵ lailatussaadah, "Central Figure Illiza Saaduddin Djamal sebagai Pemimpin Perempuan Aceh", 101-2.

⁴⁶ Agus Setyadi, "Darwati Istri Irwandi Yusuf Kembali Dilantik Jadi Anggota DPR Aceh," *detiknews*, diakses 6 Agustus 2020, <https://news.detik.com/berita/d-4727664/darwati-istri-irwandi-yusuf-kembali-dilantik-jadi-anggota-dpr-aceh>.

⁴⁷ <https://www.instagram.com/p/1vFTomH42NeM-SwsZQ3QVphxjFr0o0ftvyk00/> diakses 25 Januari 2020



Gambar 7 : Unggahan Pertama Darwati A.Gani

Dari gambar tersebut, memperlihatkan Darwati A.Gani menggunakan baju dan jilbab senada di lengkapi dengan riasan wajah dan senyuman khasnya. *Caption* postingan tersebut menjelaskan bahwa Darwati adalah sosok yang peduli dan ramah terhadap orang lain serta menyayangi orang-orang yang ada disekelilingnya.



Gambar 8 : Unggahan Personal Darwati Agani

Melaui gambar di atas, tampilan Darwati terlihat modis, gaya busana yang trendi dengan warna putih dan corak bunga berwarna merah serta dilengkapi topi pantai berwarna coklat dan sepatu yang biasa digunakan oleh anak muda menambah kesan keindahan dan kekinian pada tampilannya. Hal ini juga didukung dengan *caption* yang ia gunakan dengan sepenggal puisi yang biasa digunakan oleh anak muda. Penjelasan *caption* tersebut adalah kehadiran dirinya adalah ketenangan bagi orang lain dan kepergiannya akan selalu membuat orang lain merindukannya.



Gambar 8 : Unggahan kegiatan sosial dan keagamaan Darwati A. Gani

Dari gambar kegiatan Darwati tersebut memperlihatkan bahwa beliau adalah orang yang senantiasa menyantuni anak yatim dan orang-orang yang tidak mampu. Ia beserta teman-temannya membelikan baju hari raya untuk anak yatim dan orang-orang yang tidak mampu. Dalam gambar tersebut Darwati tengah

memakaikan baju kepada seorang anak perempuan dengan wajah yang bahagia



Gambar 9 : Unggahan keluarga Darwati A.Gani

Gambar tersebut menampilkan seluruh keluarga Darwati A.Gani dengan menggunakan baju putih. Melalui *caption* Darwati ingin memberitahukan bahwa mereka akan menunaikan ibadah umroh serta meminta doa dan memohon maaf kepada masyarakat yang melihat unggahannya tersebut.



Gambar 10 : Unggahan politik Darwati A.Gani

Gambar di atas memperlihatkan bagaimana Darwati mampu melakukan kegiatan-kegiatan yang memperkuat hubungan anggota Partai Nanggro Aceh yang dipimpinnya. Darwati juga membuktikan bahwa tidak ada batasan bagi perempuan dalam membangun sebuah daerah serta tidak ada yang salah dengan laki-laki yang dipimpin oleh seorang perempuan dengan tujuan yang sama.

Dari beberapa postingan tersebut terlihat bahwa Darwati Agani adalah seorang politisi yang peduli terhadap orang lain, memiliki penampilan yang kekinian, *fashionable* dan seperti anak muda lainnya yang suka mengunjungi tempat wisata dan juga kuliner yang ada di Aceh.

Melaui *caption* di postingan *Instagram*, Darwati ingin memperlihatkan bahwa dirinya adalah wanita yang kuat, tabah dan sabar dalam menghadapi masalah-masalah yang dihadapinya, bertanggung jawab, ramah, dan menyayangi keluarga. Hal ini membuktikan bahwa Darwati memanfaatkan media sosial untuk membentuk citra diri yang positif di pandangan masyarakat.

Illiza Sa'aduddin Djamal

Selain Darwati, tokoh politisi perempuan lainnya yang ada di Aceh adalah Hj. Illiza Sa'aduddin Djamal, SE lahir pada 31 Desember 1973 di Banda Aceh. Ada beberapa penghargaan yang diterima oleh Illiza, di antaranya Gender Award dari institusi pemerintahan Jerman (2008), Manggala Karya Kencana dari Jawa Pos Grup (2015), Lencana Melati dari Gerakan Pramuka Kwartir Nasional (2015) dan sepuluh Walikota terbaik se-Indonesia (2016).

Illiza mengawali karir politiknya sebagai anggota DPR Kota Banda Aceh pada tahun 2004-2006. Kemudian berkat kinerjanya ia di promosikan menjadi Wakil Walikota dan berpasangan dengan Mawardi Nurdin sebagai Walikota sejak 2007-2012. Pasangan ini menang kembali untuk kedua kalinya, Lalu ditengah menjalankan kepemimpinannya Mawardi Nurdin meninggal dunia. Hal ini menyebabkan Illiza secara otomatis naik menjadi Walikota Banda Aceh pada tahun 2014-2017.⁴⁸ Pengalaman menjadi Wakil Walikota selama tujuh tahun dan Walikota selama tiga tahun menjadikan Illiza sebagai pemimpin yang cukup berpengalaman. Illiza terus melakukan perubahan-perubahan pada kota Banda Aceh dengan tetap menjalankan program yang telah direncanakan oleh Mawardi Nurdin.

Illiza merupakan politikus Partai Persatuan Pembangunan (PPP) dan terpilih secara aklamasi sebagai ketua umum Persatuan Panahan Indonesia (Perpani) periode 2020-2022.⁴⁹ Pencitraan politik yang dibangunnya pada 2014 lalu mengenai penegakan syariat Islam di kota Banda Aceh telah berhasil menarik perhatian masyarakat terhadap Illiza yang fokus pada nilai-nilai agama.⁵⁰ Illiza gemar berbagi kesibukan dan kegiatannya melalui media sosial khususnya *Instagram*. Kebijakannya seperti merazia tempat-tempat maksiat, menjalankan program Diniyah di sekolah umum dan pembentukan kelompok Tahfizh Al-Qur'an dan lain sebagainya.

⁴⁸ lailatussaadah, "Central Figure Illiza Saaduddin Djamal sebagai Pemimpin Perempuan Aceh," 103.

⁴⁹ Galamedia News, "Illiza Sa'aduddin Djamal Terpilih jadi Ketua Umum Perpani - Galamedia News," *Galamedia.com*, 28 Februari 2020, <https://galamedia.pikiran-rakyat.com/news/pr-35554198/illiza-sa-aduddin-djamal-terpilih-jadi-ketua-umum-perpani>. Diakses 6 Agustus 2020.

⁵⁰ Ade raudhah, "Politik Pencitraan Illiza Saaduddin Djamal Jelang Pemilu 2014" (skripsi, Banda Aceh, Syiah Kuala Banda Aceh, 2014), 1.

Citra Illiza yang sudah terbentuk sejak dulu semakin bertambah baik dengan unggahan foto maupun video pada akun *Instagram* miliknya. Pada akun *Instagram* tersebut Illiza mengunggah kegiatan yang memperlihatkan kedekatannya dengan masyarakat, baik lansia, ibu rumah tangga, anak muda dan juga anak-anak serta keluarganya. Sama halnya dengan Darwati Illiza Saaduddin ia memposting foto paling banyak 3-4 kali perhari. Pertanggal 16 april 2020, Akun *Instagram* @illizasaaduddin memiliki 8.203 postingan dengan 148 ribu pengikut dan 2.127 mengikuti akun lain.

Illiza mulai menggunakan *Instagram* pada 16 Juli 2013, hal ini terlihat pada postingan pertama di akun *Instagram* miliknya yang memperlihatkan sebuah foto dirinya bersama para beberapa relawan bencana gempa saat menyalurkan bantuan di Aceh Tengah. Postingan tersebut disukai oleh 13 pengikut dan memiliki 3 komentar.⁵¹



Gambar 11 : Unggahan pertama Illiza Saaduddin Djamal

⁵¹ <https://www.instagram.com/p/bz3EMiQn5N/>Diakses 16 April 2020.

Gambar 11 menunjukkan Illiza yang mengenakan baju serta celana merah bersama beberapa orang yang berada disamping kiri kanannya tengah menyalurkan bantuan bencana gempa di Aceh tengah dan Bener Meriah.



Gambar 12 : Unggahan personal Illiza Saaduddin Djamal

Dalam gambar yang diposting pada 26 Juni 2018 di atas penulis melihat Illiza mengenakan pakaian yang indah dengan tas merah yang menambah kesan mewah. Meskipun tidak mengikuti *fashion* anak muda kebanyakan, Namun Illiza tetap tampil anggun dan menarik. Melalui *caption* yang menyertai postingan tersebut Illiza ingin mencerminkan diri sebagai seseorang yang taat kepada perintah-perintah agama dan memiliki rasa syukur yang besar atas semua yang ia dapatkan. Ia hanya mengutip Ayat Al-Quran saja tanpa ada *caption* lain yang ia buat. Postingan ini disukai oleh lebih dari 2300 orang. Dari

beberapa komentar di dalamnya menunjukkan kalau Illiza mengambil foto itu di Turki.



Gambar 13 : Unggahan kegiatan sosial keagamaan Illiza Saaduddin Djamal

Melalui gambar di atas, terlihat bahwa Illiza sedang berkunjung ke rumah salah seorang masyarakat untuk memberikan beberapa bantuan dan juga Al-Quran agar membantu kegiatan beragama seorang nenek tersebut. Illiza dengan menggunakan jilbab hitam terlihat tengah bersalaman dengan nenek tersebut.



Gambar 14: Unggahan bersama keluarga Illiza Saaduddin Djamal

Melalui gambar tersebut, saya dapat melihat anggota keluarga Illiza, yaitu suami dan anak-anaknya. Dengan menggunakan pakaian keseharian. *Caption* postingan tersebut menjelaskan bahwa, meskipun berkumpul dengan keluarga terlihat sederhana namun keluarga mampu memberikan kebahagiaan bagi dirinya.



Gambar 15 : Unggahan politik Illiza Saaduddin Djamal

Berdasarkan postingan di atas, penulis melihat Illiza tampil menggunakan baju dengan warna khas Partai Persatuan Pembangunan beserta rekan-rekan yang lain yang juga menggunakan pakaian yang sama. *Caption* yang terdapat pada postingannya menjelaskan bahwa Illiza dan rekannya sedang menghadiri rapat kerja nasional yang diadakan di Bandung.

Berdasarkan postingan-postingan di atas, penulis melihat Illiza adalah wanita yang mampu menempatkan diri pada posisi-posisi tertentu. Pengalaman Illiza bertemu dengan orang-orang besar baik dalam maupun luar negeri memberikan kesan cerdas

dan berani serta memiliki pengalaman dan ilmu yang bisa dibanggakan untuk memimpin sebuah daerah. Selain itu pada postingan-postingan akun *Instagram*-nya Illiza juga bertemu dengan beberapa ustadz. Tampilan Illiza yang kerap menggunakan busana Islami dan disertai dengan *caption* yang berisi nasehat dari Al-Qur'an maupun Hadist menambah citra politisi Islami pada diri Illiza.

Rangkaian kegiatan yang dilakukan Darwati A.Gani dan Illiza Saaduddin Djamal berkaitan dengan proses pembentukan citra diri. Hal ini terlihat melalui postingan-postingan *Instagram* yang mereka unggah dengan berbagai macam kegiatan untuk mempengaruhi masyarakat luas.

Kesimpulan

Di era kemajuan teknologi saat ini, media sosial sangat bermanfaat bagi berbagai kalangan, khususnya politisi. Darwati A.Gani dan Illiza Saaduddin Djamal adalah politisi perempuan di Aceh yang memanfaatkan *Instagram* sebagai sarana pembentukan citra mereka sebagai politisi. Dari tampilan unggahan akun *Instagram* milik Darwati, ia tampil dengan pakaian yang *fashionable* dan memberikan kesan kekinian yang sedang ramai diminati anak muda. Melalui beberapa foto di atas penulis melihat bahwa Darwati ingin tampil sebagai wanita yang memiliki kepekaan sosial tinggi dan peduli terhadap masalah yang ada di masyarakat serta dekat dengan keluarganya. Berbeda halnya dengan Illiza yang tampil dengan pakaian yang lebih muslimah dan religius. Melalui postingan *Instagram* miliknya penulis melihat bahwa Illiza ingin membentuk citra sebagai politisi yang Islami. Hal ini juga didukung dengan penggunaan *caption* yang mengutip beberapa Hadist dan ayat Al-

Qur'an. Selain itu Illiza juga ingin memperlihatkan bahwa ia memiliki banyak relasi, baik dari kalangan ustadz, artis hingga politisi-politisi Indonesia lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminah. “peran media sosial ‘facebook’ dalam proses pembentukan opini publik menjelang pemilihan umum legislatif 2019 di kabupaten aceh jaya | Aminah | SOURCE: Jurnal Ilmu Komunikasi.” *Urnal Ilmu Komunikasi*, Vol 4, no. 2 (2019). DOI 10.35308/source.v4i2.918
- Anshari, Faridhian. “Komunikasi Politik di Era Media Sosial.” *jurnal komunikasi* 8, no. 1 (2013).
- Ardha, Merliana. “Sosial Media sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 di indonesia.” *jurnal vist komunikasi* 13, no. 1 (2014).
- Arief rachman, Hanifah Islamiyah dan. “Personal Branding Pejabat Publik di Media Sosial.” *Jurnal dakwah dan komunikasi* Vol 9, no. 1 (2018).
- Author, Abraham Zakky Zulhazmi, Institut Agama Islam Negeri Surakarta, Corresponding. “Mendulang Suara Generasi Milenial Muslim: Citra Ketua Umum PPP M. Romahurmuziy di Media Sosial | Zulhazmi | SHAHIH: Journal of Islamicate Multidisciplinary.” *Shahih* 3, no. 2 (2018).
- Cahyono, Anang Sugeng. “pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di indonesia.” *Jurnal PUBLICIANA* 9, no. 1 (2016): 140-157-157.
- Dhifa Nabila. *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*. Malang: Inteligensia Media, 2020.
- Roshramadan. *Menulis Etnogrfi: belajar menulis tentang kehidupan sosial budaya berbagai etnis*. Medan: yayasan kita menulis, 2020.

- Edriana, Noerdin. *Politik Identitas Perempuan Aceh*. Jakarta: Women Research Institute, 2005.
- Fatanti, Megasari N. "Olah Tubuh Politisi Dalam Bingkai Media: Analisis Komunikasi Non Verbal Surya Paloh Dalam Membangun Citra Politik." *Jurnal Komunikasi Indonesia* 5, no. 1 (2 Januari 2018): 26. <https://doi.org/10.7454/jki.v6i1.8911>.
- Halim, Nurdin Abd. "Media dan Pencitraan Perempuan." *jurnal Perempuan* 10, no. 2 (2011).
- I Wayan Suyadnya, Siti Khalifah dan. *Metodologi Penelitian Kualitatif Berbagi Pengalaman dari Lapangan*. Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2018.
- Juditha, Cristiany. "Political Marketing dan Media Sosial (Studi Political Marketing Capres RI 2014 Melalui Facebook)." *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* Vol 19, no. 2 (2015).
- Kompas.com. "Parpol Serius Garap Media Sosial," 2013.
- Krisdyahayu, Maria Rosari. "Sejarah Internet dan Perkembangan Media Sosial di Indonesia, Dari Friendster hingga Snapchat." *Kompasiana*, 12 September 2018.
- Lailatussaadah. "Central Figure Illiza Saaduddin Djamal sebagai Pemimpin Perempuan Aceh"." *internasional jurnal of child and gender studies* vol 3, no. 3 (2017).
- Lumahayo Adams, Ronald Reagan. "pemanfaatan Twitter oleh Donald Trump dalam Pilpres Amerika Serikat 2016." Skripsi, Ilmu Hubungan Internasional, 2018.
- Mardhiah, Nellis. "pemetaan media lokal aceh; kehadiran, tantangan sertarelasinya dengan politik lokal." *jurnal ilmu komunikasi* Vol 3, no. 1 (2018).
- Mediana, Frenda Yentin. "Media Sosial dan Hiperrealitas Tanoesoedibjo sebagai Politikus Religius Islam." Skripsi, Studi Ilmu Komunikasi, 2017.
- Nasir, Muhammad. "Politisi Perempuan di Banda Aceh Ini Luncurkan Ambulans Gratis - Serambi Indonesia." *Serambinews.com*, 2020.

- News, Galamedia. "Illiza Sa'aduddin Djamal Terpilih jadi Ketua Umum Perpani - Galamedia News." *Galamedia.com*, 28 Februari 2020.
- Nisrina, M. *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis, 2015.
- Noverina, Anjelita, ed. *Super Handbook For Perfect Lie Detector cara cepat membaca kebohongan*. Jakarta: PT Grasindo, 2014.
- Nurwigati Sumartiningyas, Holy Kartika. "Penemuan yang Mengubah Dunia: Era Media Sosial Facebook Jadi yang Terpopuler di Indonesia Halaman all - Kompas.com." *compas.co*, 2020.
- Prasetya Utomo, Wisnu. "Menimbang Media Sosial dalam Marketing Politik di Indonesia : Belajar dari Jokowi – Ahok di Pilkada DKI Jakarta 2012." *ilmu sosial dan politik*, 17, no. 1 (2013).
- Puspitasari, Florencia Inne. "Kebutuhan yang Mendorong Remaja Mem-posting Foto Atau Video Pribadi Dalam Instagram." *Jurnal ilmiah mahasiswa universitas surabaya* 5, no. 1 (2016).
- Putri, Sulidar. "Dampak Positif dan Negatif Sosial Media terhadap Perubahan Sosial Anak",jurnal kajianpenelitian dan pembelajaran." *jurnal kajianpenelitian dan pembelajaran* 1, no. 2 (2017).
- Qarib, Fatful. "Persepsi Hoax Politik Caleg Perempuan pada Pemilihan Umum Legislatif 2019 di Kota Malang." *warta ikatan sarjana komunikasi Indonesia* vol.3, no. 1 (2020).
- Rafi, Muhammad. "Efektivitas Kampanye Partai Solidaritas Indonesia Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Kaum Muda Berpolitik(Studi Pada." *jurnal ilmiah mahasiswa FISIP Unsyiah* Vol 4, no. 4 (2019).
- Raudhah, Ade. "Politik Pencitraan Illiza Saaduddin Djamal Jelang Pemilu 2014." Skripsi, Syiah Kuala Banda Aceh, 2014.
- Rifqy naufaly, dkk, Yusril. *Relasi Kuat Antara Generasi Milenial dan Media*. Malang: Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.

- Setyadi, Agus. "Darwati Istri Irwandi Yusuf Kembali Dilantik Jadi Anggota DPR Aceh." *detiknews*. Diakses 6 Agustus 2020..
- Syahidah, Amanah Rakhim. "Personal Branding D_Kadoor untuk Menaikan Popularitas melalui instgara." *Aristo* Vol 6, no. 1 (2018).
- Tanto, Fadli. "Strategi Kampanye Media Sosial (Twitter) Tim Pemenangan Jokowi Jusuf Kala." Skripsi, Komunikasi dan Penyiaran Islam, 2015.
- Wulansari, Ica. "Artikulasi Komunikasi Politik Ridwan Kamil Dalam Media Sosial Twitter." *jurnal komunikasi* 6, no. 2 (2014).
- Zulfah Nur, Nia. "Personal Branding Sandiaga Uno di Instagram dalam perspektif Peter Montoya." Tugas akhir, ilmu komunikasi, 2018.



Tentang Penulis



Willy Hizriani Nasution lahir di Sinabang pada tanggal 28 Mei 1998. Menyelesaikan pendidikan di SMA Negeri 1 Air Batu, pada tahun 2016. Pada tahun itu juga melanjutkan pendidikan S1 di Uin Ar-Raniry Banda Aceh, Prodi Sosiologi Agama. Selama menjadi mahasiswa, pernah aktif dalam organisasi kampus seperti HMP dan sebelumnya juga pernah menjadi salah satu penulis sebuah buku kumpulan cerpen yang berjudul “Cerita Hujan”, menyukai tulisan-tulisan ilmiah atau non ilmiah seperti puisi-puisi, cerpen, Novel. Pernah magang di Komisi Independen Pemilihan (KIP). Penulis dapat dihubungi melalui email: willynasution28@gmail.com.



Dini Maulina, biasa di panggil Dini, adalah perempuan berdarah Aceh yang lahir di Langsa pada 23 September 1999 dan membesar di Simpang Ulim, Kabupaten Aceh Timur. Merupakan puteri tunggal dari Bapak M. Dahlan Ahmad dan Ibu Nuraini Mahmud. Memiliki motto “hidup lah untuk memberi” dalam hidup. Sejak kecil terbiasa dengan sekolah Islam (Madrasah) diawali dengan menempuh pendidikan di Madrasah Ibtidaiyah Negeri 14 Aceh Timur, kemudian melanjutkan pendidikan Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 di Aceh Timur, dan melanjutkan pendidikan Madrasah Aliyah Ulumul Quran Langsa, menyelesaikan pendidikan sarjana di jurusan