

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum**

##### **1. Profil dan Karir Politik Anies Baswedan**

Anies Baswedan lahir pada tanggal 7 Mei tahun 1969 di Kuningan, Jawa Barat. Ayahnya bernama Rasyid Baswedan yang berprofesi sebagai dosen Fakultas Ekonomi di Universitas Islam Indonesia. Anies Baswedan merupakan cucu dari H. Abdurrahman Baswedan atau dikenal dengan nama A. R. Baswedan. Kakeknya Anies merupakan pahlawan nasional dan dikenal sebagai seorang nasionalis, jurnalis, pejuang Kemerdekaan Indonesia, diplomat, mubaligh, dan sastrawan Indonesia.

Tahun 1987 Anies Baswedan terpilih mengikuti program pertukaran pelajar AFS dan tinggal selama setahun di Milwaukee, Wisconsin, Amerika Serikat. Pada tahun 1989 Anies Baswedan masuk perguruan tinggi dan diterima di Fakultas Ekonomi, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta. Sebagai seorang organisatoris dan aktivis, Anies Baswedan juga membantu lahirnya kembali Senat Mahasiswa UGM setelah dibekukan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Selain itu juga Anies membentuk Badan Eksekutif Mahasiswa atau BEM sebagai lembaga eksekutif dan mempromosikan senat sebagai lembaga legislatif yang disahkan kongres pada tahun 1993. Anies Baswedan juga turut menginisiasi demonstrasi melawan penerapan Sistem Dana Sosial berhadiah pada November 1993 di kota Yogyakarta.

Anies Baswedan juga mendapat beasiswa dari Japan Airlines Foundation untuk mengikuti program kuliah musim panas di Universitas Sophia, Tokyo dalam bidang kajian Asia pada tahun 1993. Empat tahun kemudian, Anies Baswedan mendapatkan beasiswa Fulbright dari American Indonesian Exchange Foundation untuk melanjutkan kuliah masternya dalam bidang keamanan Internasional dan Kebijakan Ekonomi di School of Public Affairs, Universitas Maryland dan dianugerahi William P. Cole III Fellow. Pada tahun 1999, Anies Baswedan kembali mendapatkan beasiswa untuk melanjutkan kuliahnya dalam bidang Ilmu Politik di Northern Illinois University.

Karir akademisnya berlanjut sebagai Direktur Riset Indonesian Institute Center tahun 2004 dan kemudian menjadi Rektor Universitas Paramadina tiga tahun setelahnya. Sedangkan karir politiknya dimulai pada tahun 2013 ketika mengikut konvensi Partai Demokrat bersama sebelas orang lainnya. Gagasan yang disampaikannya mengajak kepada semua orang untuk ikut terlibat dalam mengurus negeri dan ikut turun tangan. Gagasannya dibuktikan dengan membuat Gerakan Turun Tangan yang dalam waktu satu tahun berhasil mengumpulkan lebih dari 300.000 relawan tanpa bayaran.

Gagal dalam konvensi Calon Presiden Partai Demokrat, Anies Baswedan justru menjadi juru bicara pasangan Joko Widodo dan Jusuf Kalla pada pilpres tahun 2014 sampai akhirnya terlibat dalam kabinet sebagai Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. Dalam email yang disampaikan oleh Anies Baswedan kepada relawan Turun Tangan, dirinya menyampaikan bahwa misinya selama ini dapat dititipkan kepada orang lain yang dapat dipercaya dan bersedia

untuk menjalankannya. Oleh karena itu, pasangan Jokowi – Jusuf Kalla menurutnya adalah orang yang layak mendapatkan amanah tersebut. Adapun saat menjadi Menteri selama dua tahun, terdapat sejumlah kebijakan yang diterbitkan olehnya seperti perubahan mekanisme pelaksanaan Ujian Nasional, Kurikulum 2013 dan sertifikasi guru.

Bersama Sandiaga Uno, Anies Baswedan mengikuti kontestasi Pilkada DKI Jakarta 2017 dengan bermodalkan dukungan dari Partai Gerindra dan PKS yang memiliki total 26 kursi partai politik. Dalam Pilkada DKI Jakarta 2017 yang dilaksanakan pada tanggal 15 Februari, terdapat 3 pasangan calon Gubernur/Wakil Gubernur yang bersaing yakni pasangan nomor urut (1) Agus Harimurti Yudhoyono dan Sylviana Murni (2) Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) dan Djarot Syaiful Hidayat (3) Anies Baswedan dan Sandiaga Uno. Pada hasil akhir Pilkada DKI Jakarta 2017 putaran pertama, pasangan calon nomor urut 2 yakni Ahok-Djarot menempati posisi pertama dengan perolehan suara terbanyak dengan 42.96% atau sebanyak 2.357.785 suara. Sedangkan posisi kedua ditempati oleh pasangan nomor urut 3 yakni pasangan Anies-Sandi dengan 39.97% atau sebanyak 2.193.530 suara dan di posisi terakhir atau posisi ketiga ditempati oleh pasangan nomor urut 1 yakni pasangan Agus-Sylvi dengan perolehan suara 17.06% atau sebanyak 936.461 suara.

Pasangan Anies-Sandi memiliki basis wilayah sebagai penyumbang suara terbesar pada Pilkada DKI Jakarta 2017 putaran pertama yakni di Jakarta Selatan dengan persentase sebesar 46,5%. Adapun secara berurutan diikuti Jakarta Timur dengan persentase sebesar 41,7%, Jakarta Pusat 39,2%, Jakarta Barat 35,3%, Jakarta

Utara 35,1% dan Kepulauan Seribu 34,0%. Pasangan Anies-Sandi hanya menang di 2 wilayah yakni Jakarta Selatan dan Jakarta Timur. Ketika melihat persentase penyumbang suara bagi pasangan calon tersebut, dapat disimpulkan basis suara pasangan Anies-Sandi yakni Jakarta Selatan.

Pada putaran kedua yang dilaksanakan pada 19 April, pasangan Anies-Sandi unggul dengan perolehan suara 57,95% atau sebanyak 3.240.332 suara. Sedangkan pesaingnya yakni pasangan Ahok Djarot yang memperoleh suara 42,05% atau sebanyak 2.351.245 suara. Maka, pada Pilkada DKI Jakarta 2017 yang dilaksanakan dalam dua putaran dimenangkan oleh pasangan nomor urut 3 yakni Anies-Sandi. Sehingga dalam DKI Jakarta memiliki gubernur dan wakil gubernur baru. Pada putaran kedua, wilayah yang menjadi basis atau penyumbang suara terbesar bagi pasangan Anies-Sandi masih sama dengan putaran pertama yakni Jakarta Selatan dengan persentase sebesar 62,1%.

Sejumlah pengamat memandang Pilkada DKI Jakarta 2017 diwarnai dengan adanya aksi bela islam sebagai akibat dari pernyataan Basuki Tjahaja Purnama pada 27 September 2016 di Pulau Pramuka, Kepulauan Seribu tentang Al Maidah 51 yang dianggap menyinggung sebagian kalangan umat Muslim. Tercatat ada lima kali aksi bela islam yang dikomandoi oleh Ketua FPI yaitu Habib Rizieq Shihab. Aksi pertama dilakukan pada 14 Oktober 2016 di depan Balai Kota Jakarta yang menuntut agar segera dilakukan penyelidikan kasus penistaan agama yang dilakukan oleh Basuki Tjahaja Purnama. Aksi kedua dilakukan pada 4 November 2016 yang dikenal dengan Aksi 411. Istana Negara menjadi titik pusat aksi yang menuntut agar Presiden Joko Widodo tidak mengintervensi kasus yang

sedang menimpa Basuki Tjahaja Purnama. Kemudian aksi berturut turut dilakukan pada 2 Desember 2016 yang dikenal dengan Aksi 212, 11 Februari 2016, dan terakhir Aksi 21 Februari 2016.

Aksi yang terjadi dan mewarnai proses Pilkada DKI Jakarta dianggap oleh berbagai pihak menguntungkan pasangan Anies-Sandi. Ketua DPP PKS, Mardani Ali Sera seperti yang dikutip dari CNN Indonesia mengatakan bahwa ia dan tim pemenangan memanfaatkan Aksi 212 untuk memenangkan pasangan Anies-Sandi. Hal itu dilakukan dengan memakaikan peci pada Anies-Sandi ketika kampanye dan mendatangi kantor FPI di Petamburan setelah Aksi 212 yaitu tanggal 1 Januari 2017. Banyak hal yang terjadi ketika Pilkada DKI Jakarta 2017 membuat penulis tertarik untuk menganalisis faktor faktor kemenangan Anies – Sandi pada Pilkada DKI Jakarta 2017.

Meskipun seringkali dianggap mendukung paham ekstremisme maupun radikalisme, Anies Baswedan menyebut bahwa anggapan tersebut tidak terbukti seiring waktu dalam acara Workshop Nasional PAN di Bali, 4 Oktober 2021, mengatakan,

“Sekarang bulan ini sudah 4 tahun. Jawabannya begini, tolong tunjukkan kebijakan mana yang radikal dari Gubernur DKI? Tolong tunjukkan kebijakan mana yang diskriminatif dari gubernur DKI? Tolong tunjukkan kebijakan mana yang tidak mengayomi kepada semuanya. Kalau tidak ada, batalkan semua tuduhan-tuduhan itu,” (Tempo, 2021).

Anies Baswedan bahkan menunjukkan contoh dimana dirinya menerbitkan kebijakan yaitu Biaya Operasional Tempat Ibadah (BOTI). Melalui kebijakan tersebut seluruh tempat ibadah di Jakarta mendapat biaya operasional Rp 1 juta

per bulan baik rumah ibadah Muslim, Kristen, Buddha, Hindu maupun Katolik. Selain itu, Pemprov DKI juga memberikan Rp 500 ribu setiap bulan kepada para pekerja di tempat Ibadah tersebut. Bahkan beberapa kebijakan Anies Baswedan ketika menjabat sebagai gubernur menuai sejumlah kritik dari pendukungnya misalnya penyelenggaraan Djakarta Warehouse Project (DWP) dan pembiaran tempat hiburan yang menurut Front Pembela Islam dianggap tidak sesuai dengan ekspektasi saat mereka mendukung pada pilkada 2017 (Detik 2019).

Pada kampanye Pilkada DKI 2017, Anies dan Sandiaga Uno menawarkan janji-janji kampanye, seperti OK-Otrip, OK-OCE, Rumah DP 0, dan Taman Maju Bersama. Secara total ada 23 janji kampanye. Di antara 23 janji itu adalah penataan trotoar, integrasi transportasi, pembangunan taman kota, pengadaan rumah DP 0 Rupiah, pembagian kartu kesejahteraan, distribusi pangan murah, perlindungan perempuan dan anak, beragam Pagelaran bergengsi di Jakarta, program makanan tambahan untuk anak sekolah, perluasan penerima manfaat penggratisan pajak bumi dan bangunan, pengaspalan jalan kampung, aksesibilitas Pulau Seribu hingga hibah untuk Guru PAUD.

Sejak menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta dari tahun 2017 sampai 2022 sejumlah janji dapat direalisasikan dan beberapa yang lainnya belum selesai namun umumnya sudah dimulai. Tercatat ada tiga mega proyek yang dilaksanakan oleh Anies Baswedan yaitu Jakarta International Stadium (JIS) yang bertujuan untuk menggantikan Stadion Lebak Bulus dengan total biaya Rp4 Triliun, Revitalisasi Taman Ismail Marzuki dengan total anggaran Rp1,8 Triliun, dan Penyelenggaraan Formula E yang akan dibahas pada sub bab berikutnya.

Masa jabatan Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan selesai pada 16 Oktober 2022, sesuai hari saat dirinya dilantik. kepala daerah yang masa jabatannya habis sebelum Pilkada Serentak 2024 akan digantikan oleh pejabat gubernur sementara, sejalan dengan aturan yang dituangkan dalam Undang-Undang (UU) 10/2016 Pasal 201 poin 9. Sebelum berakhir jabatan sebagai gubernur, Anies Baswedan dideklarasikan sebagai Calon Presiden atau Capres 2024 dari Partai Nasional Demokrat (Nasdem). Hal tersebut cukup menarik jika membandingkan sikap Partai Nasdem pada Pilkada DKI tahun 2017 yang merupakan pendukung utama Basuki Tjahaja Purnama (Ahok).

Berdasarkan dinamika dan fragmentasi pada akhir tahun 2016 dan pilkada 2017, Anies Baswedan seringkali dilekatkan dengan politik identitas. Anies Baswedan sendiri pada dasarnya tidak terlibat langsung dengan kasus “penistaan agama” tetapi pendukungnya pada pilkada 2017 menggunakan politik identitas untuk berkampanye. Sampai akhir periode tahun 2022, citra politik Anies Baswedan bahkan sulit dipisahkan dengan isu politik identitas, misalnya pandangan Direktur Eksekutif Lembaga Pemilih Indonesia (LPI), Boni Hargens, “sejak 2017 dinamika politik identitas terus menguat sampai hari ini dan Pak Anies Baswedan salah satu tokoh yang dihasilkan secara sempurna oleh gerakan populis sayap kanan ini” (Nafi’an, 2022). Di sisi lain, terlepas dari Anies Baswedan sebagai tokoh politik identitas, Anies juga berpotensi terkena upaya *framing* politik identitas menjelang pilpres 2024. Sebagaimana Reza Hariyadi, anggota Forum Doktor Ilmu Politik UI, melihat potensi tersebut muncul karena adanya sekelompok orang yang mengatasnamakan dirinya sebagai Majelis Sang

Presiden yang mengklaim terdiri dari eks anggota Hizbut Tahrir Indonesia (HTI), Front Pembela Islam (FPI), hingga mantan napi terorisme, mendeklarasikan Anies sebagai Capres 2024 (Dyantoro, 2022).

## **2. Penyelenggaraan Formula E di Jakarta tahun 2022**

Penyelenggaraan Formula E di Jakarta merupakan salah satu mega proyek mercusuar Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan selain pembangunan Jakarta International Stadium (JIS) dan Revitalisasi Taman Ismail Marzuki. Meskipun bukan bagian dari janji kampanye saat Pilkada 2017, namun penyelenggaraan Formula E merupakan bagian dari salah satu poin janji Anies Baswedan yakni “Menyelenggarakan festival olahraga dan kesenian Jakarta sepanjang tahun untuk mengembangkan pembinaan olahraga dan kesenian berbasis komunitas”. Informasi terkait penyelenggaraan Formula E baru muncul bersamaan dengan kunjungan kerja Gubernur Anies Baswedan selama 10 hari (9-19 Juli 2019) ke Kolombia dan Amerika Serikat. Di New York, Anies Baswedan bertemu dengan petinggi FIA dan mereka merestui Jakarta menjadi tuan rumah Formula E tahun 2020.

Rencana penyelenggaraan Formula E, menurut Anies Baswedan, terlebih dahulu sudah dibicarakan dengan ketua DPRD DKI Jakarta Prasetyo Edi Marsudi yang juga pada awalnya dijadwalkan ikut serta ke New York, Amerika Serikat (Kompas, 2019). Beberapa bulan sebelumnya Anies Baswedan juga sudah melakukan pembicaraan dengan FIA dan secara khusus pergi ke New York untuk melanjutkan pembicaraan.

Gubernur Anies Baswedan kemudian menugaskan PT Jakarta Propertindo (Jakpro) sebagai penyelenggara Formula E di Jakarta. Anies Baswedan menugaskan PT Jakpro untuk mencari biaya penyelenggaraan setelah pembayaran awal berupa komitmen *fee* diambil dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) DKI 2019 dan 2020 sebesar Rp 1,3 triliun.

Adapun pernyataan resmi dari Chief Championship Officer Formula E, Alberto Longo baru disampaikan saat konferensi pers Jakarta E-Prix di Monas, Jakarta Pusat pada Jumat, 20 September 2019. Bersamaan itu juga diumumkan bahwa penyelenggaraan Formula E yaitu pada 6 Juni 2020 di Kawasan Monas, Jakarta. Pada 14 Februari 2020, PT Jakarta Propertindo (Jakpro) menetapkan sirkuit ajang balap Formula E di kawasan Medan Merdeka, yakni area Monumen Nasional dan Jalan Medan Merdeka Selatan. Menurut Direktur Utama PT JakPro Dwi Wahyu Daryoto, lintasan sirkuit sepanjang 2,6 kilometer rencananya dimulai dari Jalan Medan Merdeka Selatan tersebut dimulai dari arah Gambir, lalu belok ke Jalan Silang Merdeka Tenggara dan masuk ke dalam kawasan Monas. Di dalam Monas, sirkuit berlanjut memutar Jalan Titian Indah di dalam Monas, menuju Jalan Silang Merdeka Barat Daya, dan berakhir di Jalan Medan Merdeka Selatan kembali (Sari 2020).

Namun rencana tersebut harus ditunda karena pandemic Covid-19 yang terjadi di seluruh dunia. Satu minggu setelah kasus aktif pertama Covid-19 di Indonesia (2 Maret 2020), Gubernur Anies Baswedan menyatakan untuk menunda penyelenggaraan Formula E di Jakarta. Namun secara resmi penundaan Formula E tertuang dalam surat Gubernur DKI Nomor 117/-1.857.73. Surat ini ditujukan

kepada Organizing Committee Jakarta E-Prix tanggal 9 Maret 2020. Penundaan juga kembali diputuskan pada Januari 2021 karena pertimbangan kondisi yang belum membaik.

Meskipun terdapat desakan dan kontroversi akibat pandemic covid-19, Bersamaan dengan desakan tersebut, Anies Baswedan justru menerbitkan Instruksi Gubernur Nomor 49 Tahun 2021 tentang Penyelesaian Isu Prioritas Daerah Tahun 2021-2022, dan menjadikan Formula E sebagai prioritas bersama dengan 28 program lainnya pada tahun 2022. Instruksi yang ditandatangani Anies pada 4 Agustus 2021 itu ditujukan kepada Sekretaris Daerah (Sekda) DKI Jakarta untuk memastikan penyelenggaraan Formula E bulan Juni 2022. Respon kebijakan tersebut membuat 34 anggota DPRD DKI Jakarta sepakat untuk menggulirkan hak interpelasi untuk bertanya langsung kepada gubernur yang diwakili oleh Rasyidi HY (PDI-P), Ketua Komisi C, pada 36 Agustus 2021. Namun tujuh Fraksi selain PDI-P dan PSI justru sepakat menolak hak interpelasi. Meskipun rapat paripurna interpelasi sempat digelar 28 September namun tidak mencapai kuorum dan tidak menghasilkan keputusan apapun.

Satu bulan kemudian, pada 16 Oktober 2021, pengumuman resmi disampaikan bahwa DKI Jakarta akan menyelenggarakan Formula E pada 4 Juni 2022. Perihal tersebut akhirnya berlanjut pada penunjukan Ahmad Sahroni dari Fraksi Partai Nasdem sebagai ketua pelaksana. Pada 20 Desember, Kapolda Metro Jaya Irjen Fadil Imran menyebut lokasi sirkuit Formula E di Jakarta berada di kawasan Ancol. Kemudian lokasi pasti sirkuit Formula E dalam gelaran Jakarta E-Prix 2022 diumumkan pada 22 Desember dengan Ancol sebagai lokasi

penyelenggaraan. Menurut Direktur Jakpro, Gunung Kartiko, sebelum penetapan lokasi sirkuit, disebut ada lima lokasi pilihan yang sudah disurvei pihak penyelenggara Formula E yakni Jalan Jenderal Sudirman, kawasan Pantai Indah Kapuk (PIK), JIEXPO Kemayoran, kawasan Jakarta International Stadium, dan kawasan Ancol (CNN Indonesia 2021).

Akhirnya setelah ditunda dua tahun, kejuaraan balap mobil listrik atau Formula E secara resmi diselenggarakan pada Sabtu, 4 Juni 2022. Presiden Joko Widodo hadir pada agenda tersebut berikut juga Ketua MPR Bambang Soesatyo, Ketua DPR Puan Maharani dan menteri yang lainnya. Presiden Jokowi juga menyampaikan bahwa ajang balap tersebut juga bagus untuk Indonesia terutama karena kedepannya Indonesia akan membangun ekosistem kendaraan listrik. Mulai dari nikel sebagai bahan mentahnya, smelter, industri lithium baterai, hingga mobil listriknya.

## **B. Hasil Penelitian**

### **1. Publisitas Media dalam Perencanaan dan Penyelenggaraan Formula E**

Penyelenggaraan Formula E, sebagaimana diuraikan sebelumnya merupakan salah satu mega proyek mercusuar Anies Baswedan saat menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta. Sejak awal perencanaan, kebijakan Formula E mendapat pro dan kontra mulai dari alokasi anggaran, penentuan sirkuit, *ticketing* sampai *sponsorship*. Selain itu, peranan media cukup besar dalam publisitas Formula E mulai dari perencanaan sampai penyelenggaraan. Hal ini bahkan diakui oleh Anies Baswedan sebagai publisitas gratis bagi Pemprov DKI Jakarta sebagai penyelenggara.

Peranan media dalam publisitas penyelenggaraan Formula E sejak awal sangat sentral. Peneliti mencatat setidaknya ada beberapa hal yang menarik perhatian lebih besar selama proses perencanaan dan penyelenggaraan Formula E di Jakarta, yaitu: (1) pada unggahan Anies Baswedan di Facebook dan Instagram yang secara resmi mengumumkan keberhasilan negosiasi dengan CEO FIA Formula E di New York, (2) Penundaan Formula E kedua kalinya dan kontroversi terkait *Commitment Fee* yang berujung pada hak interpelasi dari Fraksi PDI-P dan PSI, (3) Penunjukan Sahroni sebagai ketua pelaksana penyelenggaraan Formula E serta, (4) Video ketua umum PSI, Giring terkait ketidaksiapan lokasi sirkuit penyelenggaraan Formula E, dan (5) *ticketing* dan *sponsorship* Formula E. Mulai dengan informasi rencana akan diadakannya Formula E di Jakarta yang diunggah melalui media sosial Facebook dan Instagram pribadi milik Anies Baswedan pada 14 Juli 2019.

Postingan tersebut dengan cepat menjadi pembahasan dan dikutip oleh beragam media dengan judul yang berbeda-beda. Sejumlah media mengutip dan meneruskan informasi di atas, diantaranya juga memberikan pengemasan yang berbeda tetapi pada umumnya positif. Misalnya dengan CNBC Indonesia menggunakan judul “Berkelas! Anies Hadirkan Balapan Formula E di Jakarta”.

## Berkelas! Anies Hadirkan Balapan Formula E di Jakarta

NEWS - Muhammad Choirul Anwar, CNBC Indonesia

14 July 2019 18:28



**Gambar 3 Framing Formula E dan Anies Baswedan oleh CNBC**

Poin kedua, pemberitaan terkait Formula E sempat tidak mendapat banyak perhatian karena kondisi Pandemi Covid-19 di awal tahun 2020 dan rencana Formula E juga langsung ditunda menyusul dengan kasus pertama pasien Covid-19. Media kembali ramai memberitakan Formula pada awal tahun 2021 seiring dengan penundaan kembali rencana penyelenggaraan Formula E. merespon penundaan tersebut, Anggota Komisi B Fraksi PDIP Dewan Perwakilan Rakyat Daerah DKI Jakarta, Gilbert Simanjuntak mengatakan sudah banyak anggaran yang dikeluarkan untuk mempersiapkan penyelenggaraan Formula E 2021.

Selain *commitment fee* sebesar Rp 560 miliar, ada dana lain senilai Rp 200 miliar. Gilbert mengatakan seharusnya anggaran yang sangat besar itu dialokasikan untuk penanganan banjir di Ibu Kota. Selain banjir, dana itu juga bisa digunakan untuk mempercepat penanganan Covid-19 dan pemulihan ekonomi.

Misalnya, menggunakan anggaran tersebut untuk membeli vaksin Covid-19 guna mempercepat vaksinasi kepada sejumlah 18,3 juta warga DKI Jakarta, "Seharusnya sejak awal itu dialokasikan untuk penanganan banjir, bukan merencanakan balapan Formula E yang tidak dibutuhkan masyarakat. Bisa juga itu dialokasikan untuk mempercepat penanganan Covid-19," (Kompas, 2021).

Fokus media dan khalayak cenderung mempersoalkan anggaran yang juga diiringi dengan catatan laporan BPK terkait total anggaran yang sudah dikeluarkan Pemprov DKI untuk rencana penyelenggaraan Formula E yaitu sebesar 53 Ribu Poundsterling atau jika dirupiahkan dengan kurs dollar 14 ribu, maka berjumlah Rp 983,31 miliar. Misalnya judul yang dibuat oleh Tempo yaitu "Segepok Masalah Membelit Formula E yang Ditemukan BPK DKI" atau opini yang diterbitkan oleh Pinter Politik berjudul "Apa Pentingnya Formula E Untuk Anies?". Opini yang terbit di Pinter Politik tersebut menghubungkan ambisi Anies Baswedan terkait penyelenggaraan Formula E dengan tabungan elektabilitas untuk menjadi presiden dengan mengikuti resep dari keberhasilan Erick Thohir dalam menyelenggarakan Asian Games. Bahkan lebih jauh, tulisan tersebut mengidentifikasi Anies Baswedan dengan gejala negara yang mengalami *mega event syndrome*. Hal itu karena menurutnya, Anies terkesan menutup mata terhadap risiko yang dipertaruhkan untuk Formula E. Selain itu, Formula E juga tidak memberikan jaminan akan menguntungkan masyarakat, seperti yang terus digaungkannya. Adapun pemberitaan media lainnya seperti berikut:



**Gambar 4 Framing Formula E dan Anies Baswedan oleh Arahkata.com**



**Gambar 5 Framing Formula E dan Anies Baswedan oleh Cokro.tv**

Judul-judul di atas tidak hanya menginformasikan tetapi mengemas informasi dengan argumentasi lain. Pemberitaan terkait anggaran penyelenggaraan Formula E berlanjut pada bulan Agustus ketika Gubernur Anies Baswedan menerbitkan Instruksi Gubernur untuk melanjutkan penyelenggaraan dan berujung pada hak

interpelasi dari Fraksi PDI-P dan PSI yang sejak awal mengkritik rencana penyelenggaraan Formula E. Pada bagian ini judul-judul yang mengemas Formula E dengan ambisi Anies Baswedan semakin banyak,





**Gambar 6 Framing Formula E dan Ambisi Anies Baswedan**

Poin ketiga yang juga banyak menuai persoalan khalayak ramai adalah penunjukan kader Partai Nasional Demokrat yaitu Sahroni sebagai pelaksana penyelenggaran Formula E pada bulan November 2021 disusul dengan penetapan Ancol sebagai lokasi sirkuit penyelenggaraan Formula E. Diantara kedua isu tersebut, media dan khalayak lebih tertuju pada isu penunjukan Sahroni.

Hal ini juga tidak lepas dari kritik kedua fraksi PDI-P dan PSI, terutama PSI yang mendesak Sahroni untuk mundur dari posisi tersebut karena dapat membahayakan posisi Presiden Joko Widodo terutama pasca Sahroni mengutarakan keinginannya bertemu presiden. Menurut Sekjen DPP PSI Dea Tunggaesti, "Formula E sedang diselidiki KPK. Eh, panitia malah minta bertemu Presiden Jokowi. Hal itu tidak layak dilakukan, baik secara politis dan etis. Langkah-langkah Mas Sahroni membahayakan Pak Jokowi,".

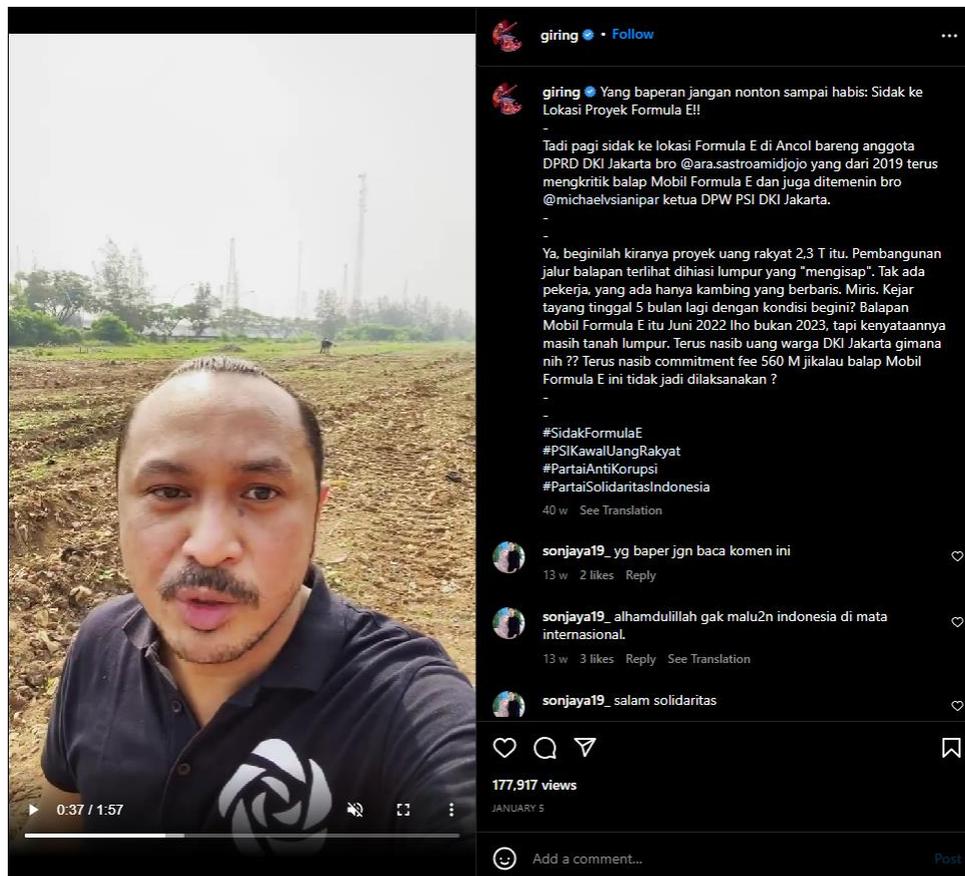
Partai Nasdem melalui Wibi Andriano merespon bahwa penunjukan Sahroni bukan karena partai politik atau peran dari Surya Paloh melainkan karena profesionalitas dan kegilaan Sahroni di dunia otomotif. Meski demikian, pengamat Ujang Komarudin justru menilai hal itu sebagai sinyal hubungan Anies Baswedan dengan Partai Nasdem dan menurutnya wajar jika dikaitkan dengan Pilpres 2024 (CNN Indonesia, 2021). Selain desakan mundur dan spekulasi koalisi politik, pemberitaan juga terkait dengan personalitas Sahroni yang juga tidak sedikit, misalnya,



### Gambar 7 Pencarian Ahmad Sahroni di Google

Poin keempat, kembali pengemasan atau framing berita soal Formula E dimunculkan oleh PSI yaitu ketua umum Giring Ganesha. Video yang diunggah di instagram pribadinya itu melakukan sidak ke lokasi yang diyakini akan menjadi sirkuit Formula E dalam waktu 5 bulan lagi. Dalam video tersebut, Giring

mempertanyakan nasib uang warga DKI Jakarta jikalau balap Mobil Formula E ini tidak jadi dilaksanakan.



**Gambar 8 Giring Ganesha Sidak Lokasi Sirkuit Formula E di Ancol**

Video tersebut memicu banyak respon baik secara serius maupun tidak, pasalnya Giring yang sedang berbicara di depan kamera terperosok ke dalam tanah. Dalam pernyataannya, Giring juga meragukan tanah tersebut karena di area lokasi tersebut terdapat sejumlah kambing. Video tersebut viral dengan ribuan komentar publik, beberapa diantaranya sepakat dengan pandangan Giring yang pesimis terkait rencana penyelenggaraan Formula E dan yang lainnya justru menertawakan. Komentar publik juga bertambah semakin banyak sampai hari dimana Formula E diselenggarakan.

Poin kelima yang juga menjadi pemberitaan ramai di media adalah sejumlah isu menjelang penyelenggaraan Formula E seperti atap yang ambruk, *ticketing* dan *sponsorship*. Menjelang 7 hari penyelenggaraan Formula E, atap tribun ambruk. Sebelum muncul keterangan panitia, sejumlah media membuat beragam judul yang memprovokasi, seperti judul yang dibuat oleh CNBC, yaitu “Kacau Balau! Ini Penampakan Atap Tribun Formula E Ambruk”.



**Gambar 9 Framing menjelang penyelenggaraan Formula E**

Isu tersebut viral di berbagai media sosial sebelum akhirnya investigasi Polda Metro Jaya menjelaskan hal tersebut terjadi karena badai angin yang disertai hujan. Adapun terkait penonton, target awal sebanyak 50.000 tetapi berkurang menjadi 10.000 orang. Beberapa isu yang ramai di media sosial seperti twitter adalah spekulasi publik terkait banyaknya tiket yang dibeli oleh ketua pelaksana sendiri yaitu Sahroni. Meskipun tidak banyak tetapi beberapa orang

mempertanyakan keramaian penonton Formula E sebagai mobilisasi atau kemauan warga. Isu ini juga tidak kurang mendapat perhatian di berbagai media sosial.

Menjelang penyelenggaraan Formula E, publik mengetahui adanya sponsor Bir “Heineken” sehingga memicu polemik. Wakil Sekretaris Jenderal Persaudaraan Alumni (PA) 212, Novel Bamukmin terang-terangan kecewa dengan hal ini. Ia pun menyentil Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan, dan mengingatkannya supaya tidak menghalalkan segala cara semata demi menggelar Formula E, "Sehingga harus dijaga perasaan umat Islam, jangan sampai melukai hati umat Islam yang telah memilihnya,". Novel juga menyampaikan bahwa, "Formula E harus jadi simbol membangun jati diri bangsa dengan nilai-nilai luhur dan kalau tidak, sama saja dengan rezim ini, yang zalim karena suka maksiat dan kemungkaran... dan jangan salahkan umat Islam, khususnya spirit 212, akan meninggalkan Anies Baswedan,".

Meskipun sempat ramai dan isunya meluas pada persoalan politik Sahroni akhirnya merespon terkait merek bir Heineken yang menjadi sponsor dalam pagelaran balapan International Formula E pada 4 Juni 2022 mendatang. Menurut Sahroni, sponsor tersebut dari luar negeri dan bukan kewenangan dari Indonesia. Kendati demikian, Sahroni juga menyampaikan jika urusan sponsor global itu pihak penyelenggara tidak ada kewenangan dalam negeri mengatur terkait sponsor. Karena hal itu sepenuhnya menjadi kewenangan milik Formula E Operation (FEO)

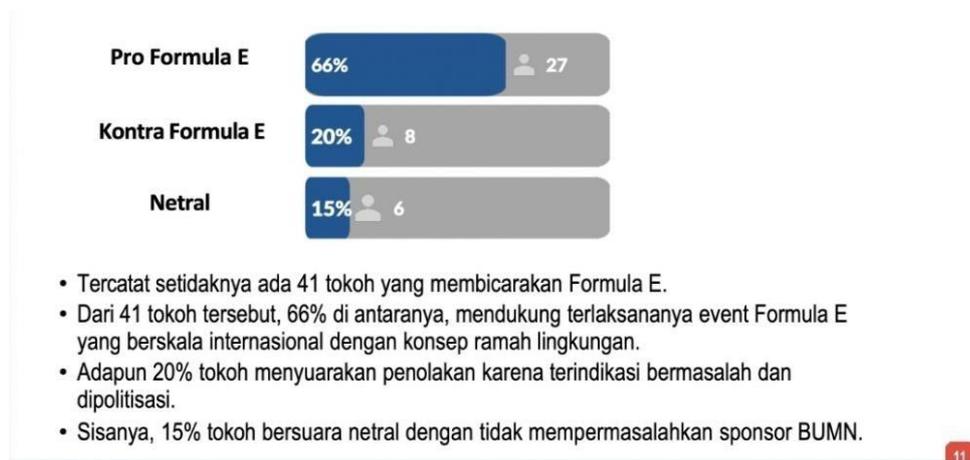
Persoalan sponsor juga muncul saat penyelenggaraan Formula E, awalnya panitia menyediakan 30 slot untuk para sponsor yang ingin berkontribusi dalam perhelatan akbar ini. Sebelumnya, pihak Pertamina Renewable Diesel (PRD) sempat digadang-gadang akan menjadi salah satu sponsor Formula E Jakarta. Namun setelah dikonfirmasi ulang, pihak Formula E mengaku sudah membatalkan kerjasama dengan PRD. Keikutsertaan BUMN dalam Formula E pun tidak ada dan menjadi perbincangan publik terutama di media sosial. Tak hanya itu, Ketua Organizing Committee Formula E, Ahmad Sahroni juga sempat mengungkapkan kekecewaannya terhadap ketiadaan dukungan dari Kementerian BUMN demi menyukseskan pagelaran internasional ini.

Pihak Kementerian BUMN melalui Staf Khusus Kementerian BUMN, Arya Sinulingga akhirnya mengungkap bahwa pengajuan proposal *sponsorship* ke Kementerian BUMN setidaknya dilakukan 3 bulan sebelum penyelenggaraan acara, sehingga alokasi dana bisa efektif dan sesuai dengan kesepakatan. Waktu yang begitu terbatas dari sejak pengajuan hingga penyelenggaraan acara membuat Kementerian BUMN belum menanggapi permintaan dari penyelenggara Formula E tersebut.

## **2. Pemanfaatan Media dan Publisitas Penyelenggaraan Formula E**

Publisitas media terkait penyelenggaraan Formula bukan hanya besar tetapi juga cukup menyita perhatian publik sejak awal terutama dalam pecakapan di media sosial. Berdasarkan analisa Drone Emprit ditemukan pembicaraan mengenai Formula E tertinggi terjadi pada 3 Juni dengan 31.549 mentions. Sementara, hingga 4 Juni pukul 18:59 WIB, total perbincangan mencapai 50.319

mentions. Menurut Ismail Fahmi, berdasarkan pemantauan sejak Maret 2022 lalu di platform Twitter, 57 persen narasi di media sosial mencerminkan hasil positif. Sementara, 28 persen pembicaraan di media sosial menunjukkan sentimen negatif.



**Gambar 10 Pro dan Kontra Percakapan terkait Formula di Media Sosial**  
 Sumber diakses dari <https://www.idntimes.com/news/indonesia/santi-dewi/drone-emprit-57-persen-pembicaraan-soal-formula-e-di-medsos-positif>

Drone emprit juga memantau pemberitaan mengenai balap Formula E. Pada 3 Juni 2022 lalu, jumlah mentions mencapai 5.129. Itu semua melonjak didorong persiapan balap Formula E 4 Juni.



**Gambar 11 Tren Percakapan Formula E di Media Sosial**  
 Sumber: Twitter @ismailfahmi pada 6 Juni 2022

Meski demikian sepanjang perencanaan kebijakan Formula E, Anies Baswedan pada dasarnya tidak cukup sering memberikan pernyataan. Tercatat melalui media sosial pribadinya, Anies Baswedan hanya mengunggah beberapa informasi terkait Formula E yaitu pada saat pengumuman rencana awal Formula dan yang terbanyak menjelang penyelenggaraan Formula E.



**Gambar 12 Anies Baswedan mengumumkan rencana Formula E**

Sumber: Instagram @aniesbaswedan pada 14 Juli 2019.

Unggahan Anies Baswedan di akun pribadinya banyak dikutip oleh berbagai media sebagaimana diuraikan sebelumnya. Setelah itu, Anies Baswedan relatif tidak banyak merespon meskipun Formula E memiliki banyak pro dan kontra. Misalnya Pada unggahan pertamanya terkait rencana penyelenggaraan Formula E, Anies Baswedan memulainya dengan kalimat “Alhamdulillah, berhasil! Sebuah proses negosiasi dan persuasi yang panjang itu telah menemukan sebuah akhir yang indah...” disusul dengan penjelasan terkait proses negosiasi dimana dirinya terlibat secara langsung dengan Alexandro Agag dan Alberto Longo. Kemudian kalimat selanjutnya,

“Di ujungnya kita bersepakat, Jakarta lebih dari layak dipilih menjadi tuan rumah. Ini artinya, mata dan kamera seluruh dunia akan datang dan menyorot Jakarta, ribuan penonton dari seluruh dunia akan hadir langsung. Jakarta akan berada di radar perhatian dunia. Tak terkira banyaknya juga adalah penonton dari dalam negeri. Yang tak kalah penting adalah manfaat pergerakan ekonomi pun akan dirasakan. InsyaAllah!”.

Kalimat tersebut berupaya menempatkan Jakarta di dunia internasional, yang juga ditegaskan pada bagian akhir, yaitu “pada dunia kita kirimkan pesan: Jakarta bukan cuma pemain domestik, Jakarta siap menyongsong, siap sejajar dan makin bersinar di antara megapolitan dunia, dan insya Allah akan makin kokoh hadir di orbit global. Mari Jakarta, kita segera bersiap jadi tuan rumah laga kelas dunia!”. Selain itu, melalui unggahan yang sama Anies Baswedan juga menjelaskan terkait potensi keuntungan ekonomi yang akan didapatkan dengan menyelenggarakan Formula E di Jakarta yaitu lebih dari 78 juta Euro atau Rp1.2 Triliun. Unggahan tersebut juga menegaskan bahwa proses negosiasi atau perjuangan yang dilakukan bukan hanya dirinya melainkan jajaran Pemprov DKI Jakarta dan tim. Unggahan tersebut juga disertai foto yang menunjukkan proses negosiasi yang sedang berlangsung,

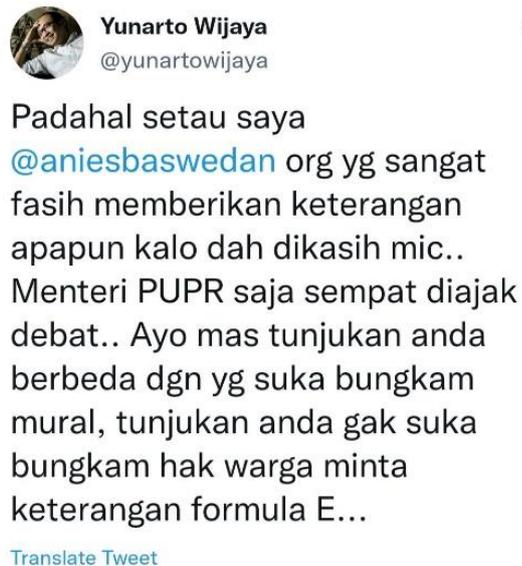


**Gambar 13 Negosiasi Pemprov DKI Jakarta dengan Panitia Formula E**

Sumber: Facebook Anies Baswedan pada 15 Juli 2019

Hari berikutnya Anies Baswedan memposting hal serupa, mengulang beberapa poin yang penting seperti dirinya yang bertemu Alejandro Agag dan Alberto Longo dan negosiasi terjadi panjang tetapi bukan karena alot melainkan sama-sama semangat. Melalui kalimat-kalimat tersebut Anies Baswedan hendak menegaskan bahwa negosiasi dilakukan oleh dirinya secara langsung . Kemudian poin yang juga ditegaskannya adalah Jakarta akan menjadi sorotan dunia dan potensi keuntungan ekonomi.

Di sisi lain pada kasus interpelasi, menurut Yunarto Wijaya (Direktur Eksekutif Charta Politika Indonesia), Anies Baswedan dituntut untuk memberikan keterangan karena itu adalah hak interpelasi untuk meminta bukan hak angket yang menyangkut pada penyelidikan,



**Gambar 14 Tweet Yunarto Wijaya**

Anies Baswedan tidak memberi banyak komentar kecuali pada saat ditanya di podcast YouTube Total Politik, Anies mengatakan bahwa Giring memiliki waktu luang yang sangat banyak sehingga bisa melakukan kegiatan "tidak perlu" di bakal lokasi Formula E, menurutnya "Kasihannya juga waktunya longgar betul" (Youtube, 2022).

Komentar atas tindakan Giring justru lebih banyak muncul dari partai lain seperti Gerindra dan PAN yang justru menyindir aksi Giring tersebut. Bahkan peneliti kebijakan seperti Riko Noviantoro justru mengkritik pandangan Giring yang tidak faktual dan salah kaprah karena pengerjaan sirkuit Formula E baru dimulai pada bulan Februari. Hal itu juga membuat PSI banyak mendapat komentar berisi sindiran bahkan *olok-olokan* karena dianggap lucu dimana seharusnya informasi tersebut diketahui ketua umum atau setidaknya dapat bertanya kepada anggotanya yang ada di DPRD DKI Jakarta terkait rencana pembangunan sirkuit Formula E di Ancol. Publik justru sulit menerima kritik PSI

karena diantaranya cenderung memandang seluruh tindakan Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan salah.

Adapun unggah Anies Baswedan terkait Formula E kembali muncul menjelang penyelenggaraan atau 4 hari sebelum terlaksana. Unggahannya di Facebook dan Instagram hanya menuliskan *caption* “4 hari lagi! Sampai jumpa 4 Juni 2022 di Jakarta International E-Prix Circuit Ancol” disertai dengan sejumlah foto sirkuit Formula E yang sudah jadi dan siap digunakan. Beberapa foto diambil dari sudut agar tidak hanya sirkuit yang terlihat tetapi juga Jakarta International Stadium (JIS) yang juga baru dibangun. Unggahan tersebut disambut antusias oleh publik di media sosial dengan beragam komentar.

Setelah unggah tersebut terdapat setidaknya 20 postingan terkait Formula E dari tanggal 1 - 8 Juni 2022. Diantaranya unggah tersebut berisi mulai dari ucapan rasa syukur, informasi terkait acara resepsi informal dengan para pembalap, responsivitas terkait isu lingkungan dan ucapan terimakasih yang ditujukan kepada warga Indonesia, para pekerja, panitia yang terlibat, pemerintah pusat yang hadir bahkan media yang sudah meramaikan pemberitaan terkait Formula E di Jakarta. Beberapa hal ditegaskan dengan berulang dalam unggahan Anies Baswedan, seperti dukungannya terhadap kendaraan ramah lingkungan, diantaranya terdapat 4 unggahan berisi

“... Kita ngobrol panjang dari soal Jakarta, soal transportasi soal tantangan perubahan iklim sampai soal usaha memperbanyak kendaraan yang ramah lingkungan...”. Disertai foto bersama para pembalap saat resepsi informal 2 Juni 2022,

“... Lewat ajang Formula E sekaligus kita kirimkan pesan pada dunia bahwa Jakarta adalah kota global yang berani mengambil peran transformatif dalam mengatasi perubahan iklim, menciptakan lingkungan yang layak huni, dan memastikan perubahan mobilitas yang berkelanjutan.” Disertai unggahan resepsi informal 2 Juni 2022.

“... Membahas dengan salah satu kepala teknis tantangan inovasi teknologi terkait baterai dan sistem charging...Percakapan itu makin menyadarkan kita bahwa kompetisi merangsang terjadinya inovasi secara terus menerus.” Disertai unggahan foto Anies Baswedan beserta panitia Formula E, 4 Juni 2022.

Satu lagi postingan terkait kendaraan listrik ramah lingkungan disampaikan dalam bentuk ucapan terimakasih yang juga dikutip banyak media. Ucapan terimakasih tersebut bahkan sengaja di posting dua kali pada hari yang berbeda (tanggal 4 dan 5 Juni 2022) namun berisi kalimat yang sama, sebagai berikut:

Hari Ini Kami Persembahkan Untuk Ibu Pertiwi.

Ketika hadir kesempatan untuk mengibartinggikan nama Ibu Pertiwi di hadapan dunia, kami tak tunda menyambutnya. Ketika tantangan bertubi hadir bersamanya, kami tak lelah menuntaskannya. Ketika ragu dan cela terus disandangkan, kami katakan: biar waktu dan kerja kami semua yang akan membuktikannya.

Semoga hari ini menyalakan harap dan meneguhkan tekad. Bahwa kita mampu hadirkan pagelaran global dengan kerja cepat dan mutu tinggi. Dan bahwa kita peduli dengan masa depan bumi, lingkungan yang lestari, dengan memanfaatkan teknologi.

Semoga hari ini makin membuka mata dunia. Bahwa Jakarta adalah kota global yang berdiri sama tinggi dengan megapolitan dunia lainnya. Dan bahwa anak-anak bangsa Indonesia tak bisa diremehkan, tak mau hanya berdiri di pinggir lapangan, dan tak segan untuk berada di paling depan.

Terima kasih. Terima kasih kepada semua yang telah ikut mendoakan, telah ikut menguatkan. Terima kasih kepada semua yang telah ikut percaya, telah ikut bekerja.

Atas izin Allah, kami persembahkan hari ini untuk Ibu Pertiwi, dan kami tidak akan berhenti di sini.

- Sumber Facebook Anies Baswedan

Unggahan di atas selain berisi rasa syukur memiliki sejumlah makna yang cukup mendalam di setiap kalimat tetapi juga menempatkan penyelenggaraan Formula E pada skala yang lebih tinggi dari sekedar pagelaran olahraga pada umumnya. Kalimat lainnya memberi makna bahwa proses penyelenggaraan Formula E penuh dengan tantangan dan hambatan yang akhirnya dapat terjawab. Anies Baswedan kemudian menempatkan Formula E pada konteks global dengan harapan dapat membuka mata dunia. Kalimat awal yang kembali ditegaskan pada bagian akhir, yaitu “kami persembahkan hari ini untuk Ibu Pertiwi”. Selain kalimat tersebut juga terdapat kalimat lain yang ditegaskan dua kali pada unggahannya yaitu, “Indonesia kembali jadi pusat perhatian dunia...”.

Sedangkan menurut Elva adalah bagian pencitraan, “(unggahan Anies di media sosial) pasti, ya sudah jadilah itu panggung buat dia, sehingga apapun yang dia posting pasti dia manfaatkan, dia optimalkan. Sudah pasti tujuannya untuk memperlihatkan keberhasilan terselenggaranya acara”. PSI sejak awal memandang bahwa Anies sebagaimana politisi yang lain berusaha membangun citra baik sebagai gubernur DKI Jakarta maupun cita-citanya untuk mencalonkan diri sebagai presiden pada tahun 2024.

Peranan media baru pada dasarnya tidak sepenuhnya menggantikan media massa, keduanya membentuk algoritma pemberitaan. Unggahan Anies Baswedan saat penyelenggaraan Formula E dapat disebut sebagai upaya pemanfaatan publisitas Formula E melalui akun media sosial pribadinya. Pasalnya Anies Baswedan tidak banyak memberi komentar sebelumnya namun cukup banyak mengunggah saat penyelenggaraan Formula E.

### **3. Tujuan dan Posisi Anies Baswedan dalam Penyelenggaraan Formula E**

Keberhasilan penyelenggaraan Formula E banyak dinilai sebagai panggung politik Anies Baswedan. Nyarwi Ahmad, Analisis Komunikasi Politik UGM “ini (Formula E) sebenarnya adalah event biasa saja, olahraga, tetapi dia menjadi luar biasa menarik karena ada formula yang lain... yaitu formula koalisi”. Menurutnya hal itu dikarenakan bersamaan dengan berlangsungnya dinamika politik. Misalnya perhatian publik yang penasaran terkait siapa saja yang hadir pada saat Formula E berlangsung dan bahkan muncul spekulasi seperti Formula C atau alternatif koalisi politik menjelang pemilu antara Anies Baswedan dan Puan Maharani. Hal itu membuat penyelenggaraan Formula E lebih meriah dibanding sekedar ajang balap mobil atau tontonan olahraga pada umumnya. Spekulasi tersebut muncul, menurut Nyarwi Ahmad karena pada awalnya orang melihat panitia penyelenggara mengalami kesulitan bahkan dinilai atau diasumsikan adanya tekanan-tekanan politik sehingga akhirnya tidak mendapatkan sponsor misalnya dari BUMN. Sebagaimana diuraikan, sejak awal pro-kontra pada tahap perencanaan kebijakan juga menambah rasa penasaran publik terkait Formula E dan memicu asumsi politik.

Pada 20 September 2019, seiring dengan Konferensi Jakarta E-Prix Anies kembali menegaskan tujuannya menyelenggarakan Formula E di Jakarta, diantaranya ada tiga, yaitu: *pertama*, terkait dengan lingkungan hidup yang diharapkan dapat mendorong masyarakat untuk menggunakan kendaraan listrik. Menurutnya Anies Baswedan pada saat konferensi pers Jakarta E-Prix 2020 di Kawasan Monas, Jakarta Pusat, "Kita menjadi tuan rumah dari balap mobil Formula E untuk mengirimkan pesan kepada semua bahwa masa depan transportasi adalah transportasi yang bebas emisi," (Kompas, 2019). *Kedua*, penyelenggaraan Formula E dapat menggerakkan perekonomian DKI Jakarta hingga Rp1.2 Triliun, perhitungan tersebut juga disampaikan Anies Baswedan,

"Ketika kami memberikan investasi di sini, sudah ada *feasibility studies*-nya. Bahkan dalam *feasibility studies* tadi, perhitungan konservatif diperkirakan nilai perekonomian yang bergerak di Jakarta sekitar 78 juta euro atau sekitar Rp 1,2 triliun yang akan bergerak di Jakarta," (Kompas 2019).

*Ketiga*, penyelenggaraan Formula E di Jakarta secara otomatis akan berdampak pada posisi DKI Jakarta di mata dunia, menurutnya, "(Tujuan) ketiga adalah menempatkan Jakarta di dalam percaturan kota dunia yang mampu menyelenggarakan event sekelas formula E ini," (Kompas 2019). Ketika terjadi Covid-19 dan ditunda 2 tahun, Anies Baswedan menyatakan bahwa penyelenggaraan Formula E menurutnya menjadi jauh lebih penting lagi dibanding tahun 2020, "(karena) ini mengirim pesan kepada dunia bahwa Jakarta siap, Indonesia siap untuk bangkit dan mampu... ini perhelatan yang memiliki dampak pada perekonomian dan *positioning* Indonesia. Sama seperti motogp mandalika, ini bagian dari *positioning* Indonesia di hadapan dunia,".

Selain itu menurut Anies Baswedan, urgensi penyelenggaraan Formula E tidak dapat persoalkan hanya karena angka anggarannya. Bagaimanapun menurut dirinya masa depan mobilitas penduduk yang akan menggunakan tenaga listrik, “kita berharap nantinya industri kendaraan listrik itu tumbuh, Indonesia salah satu produsen untuk bahan baku baterai (lithium). Ini adalah sebuah turnamen yang berorientasi ke masa depan,”. Pada podcast sebelumnya Anies Baswedan membandingkan anggaran Formula E dengan Asian Games yang menurutnya juga sama besarnya,

“Contoh Asian Games, kami di Jakarta harus membangun Equestrian untuk lapangan kuda yang hanya dipakai sekali, ongkosnya 400 miliar. Kita membangun Velodrome untuk balap sepeda, haranya lebih dari 400 miliar. Jadi kalau bicara tentang angka, kita kadang-kadang tidak menempatkan dengan proporsi yang lain,”.

Tingginya kasus aktif Covid-19 di DKI Jakarta per-Januari 2021 bahkan mencetak rekor harian 2.402 kasus. Kegelisahan yang juga mendorong publik untuk mempertanyakan anggaran yang digunakan Pemerintah DKI Jakarta terkait penyelenggaraan Formula E yang ditunda. Terutama dari Fraksi PDIP yang menuding Gubernur Anies Baswedan telah menghamburkan dana senilai Rp1,1 triliun untuk gelaran Formula E. Misalnya disampaikan oleh Johnny Simanjuntak (PDI-P), Sekretaris Komisi B DPRD DKI Jakarta, “Dana itu (Formula E) akan pas kalau kita gunakan untuk penanggulangan Covid-19” (Singgih 2021). Hal yang sama juga disampaikan oleh Anggota DPRD DKI Jakarta Gilbert Simanjuntak (PDI-P). Dia menyebut, anggaran yang telah dikeluarkan untuk ajang Formula E seharusnya bisa dialokasikan untuk penanganan banjir, mempercepat pemulihan

ekonomi, maupun penanganan Covid-19 seperti vaksinasi. Selain dari partai PDI-P, kritik juga muncul dari Partai Solidaritas Indonesia (PSI) DPRD DKI Jakarta, Anggara Wicitra Sastroamidjojo, yang juga mengatakan bahwa dana tersebut lebih baik dimanfaatkan untuk menanggulangi wabah Covid-19 yang sedang melanda Ibu Kota.

Pemerintah DKI Jakarta pada dasarnya sudah membayar *commitment fee* penyelenggaraan Formula E 2020 dan 2021 sebesar Rp560 miliar. Rinciannya, Rp 360 miliar dibayarkan pada Desember 2019 untuk *commitment fee* 2020 dan Rp 200 miliar untuk 2021. Hal ini juga dikonfirmasi oleh narasumber, Farazandi Fidinansyah (Anggota DPRD DKI Fraksi PAN), menurutnya,

“Kalau perencanaan itu sebetulnya sudah masuk dari 2018, *commitment fee* untuk kita mengambil posisi sebagai tuan rumah penyelenggaraan Formula E itu sudah masuk tahap 1 di 2018, kami berpikir karena sudah dibayar sudah melalui tahapan pembahasan sebelumnya jadi ini tinggal mengawal bagaimana realisasinya berjalan sesuai aturan dan lancar.” (Wawancara Langsung, 2022).

Hal itu juga menjadi temuan Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) pada bulan Maret yang mengungkapkan bahwa Pemprov DKI Jakarta telah membayar hampir Rp.1 Triliun untuk ajang balap Formula E. menurut Fahira Idris (anggota Dewan Perwakilan Daerah dapil DKI Jakarta), Pemprov DKI dengan cepat telah menindaklanjuti,

“Prinsip *good governance* dijalankan Pemprov DKI Jakarta dalam tahap perencanaan dapat dilihat dari kecepatan Pemprov DKI menindaklanjuti tiga rekomendasi BPK terkait penyelenggaraan Formula E yaitu: Rekomendasi pertama adalah Dinas Pemuda dan Olahraga (Dispora) DKI Jakarta diminta menyusun desain keterlibatan para pihak dan mengembangkan opsi

memperoleh biaya mandiri. Rekomendasi kedua, Dispora dan PT Jakpro diminta lebih insentif dalam memperjelas keberlanjutan kegiatan dan membuat rencana antisipasi kendala yang akan muncul. Rekomendasi ketiga, Dispora berkoordinasi dengan PT Jakpro untuk mengevaluasi hasil studi kelayakan secara andal dan menyesuaikan dengan kondisi terbaru dampak pandemi Covid-19". (Wawancara Langsung, 2023).

Hal yang sama juga disampaikan oleh Pemprov DKI Jakarta bahwa ketiga rekomendasi dari BPK tersebut semuanya sudah di-*follow up* dan telah dinyatakan tuntas (CNN Indonesia 2021). Namun meski demikian, Fraksi PDIP dalam dokumen "Counter Release Diskominfo DKI Jakarta" (2022) memberikan tanggapan bahwa sampai selesai penyelenggaraan Formula E tetap tidak ada resmi yang disampaikan Pemprov DKI Jakarta kepada DPRD terkait perbaikan sebagaimana LHP BPK, "belum ada yang resmi disampaikan kepada DPRD secara resmi kedinasan, kecuali mungkin di ruang-ruang tertutup di atas meja makan untuk kelompok-kelompok tertentu".

Persoalannya terletak pada komunikasi politik Anies Baswedan dengan dua fraksi yaitu PDIP dan PSI sebagai oposisi. Misalnya terkait anggaran atau *commitment fee* Formula E, partai pendukung umumnya hanya meminta Anies Baswedan untuk mengklarifikasinya secara langsung. Sebagaimana Wakil Ketua DPRD DKI Jakarta Zita Anjani mendorong Anies segera merespons pertanyaan publik. "Yang paling tahu nominal dan status keuangannya seperti apa tentu gubernur, termasuk dengan kabar uang Formula E yang mengganggu".

Sedangkan kritik PSI dan PDIP sebagaimana diuraikan sebelumnya cukup keras sampai mengajukan interpelasi. Misalnya disampaikan Farazandi

Fidinansyah bahwa penyelenggaraan Formula E sejak awal terkesan dipaksakan, menurutnya,

“Agak dipaksakan sedemikian rupa, karena tadi banyak kendala, tadinya mau di Monas, sudah dirapikan semua tapi ternyata nggak boleh karena ada mis koordinasi, kemudian pindah lagi ke daerah Sudirman dan lain-lain tidak sesuai jadi banyak sekali tantangan dan rintangan, sampai keputusan pindah ke Ancol tetapi harus disulap sedemikian rupa dengan waktu yang sangat minim. Untuk penyelenggaraan sebuah *event* kelas internasional ini bisa dibidang tidak proper, agak *gedebak-gedebuk* gitu, tetapi *Alhamdulillah* kita bisa melihat ini terselenggara sampai selesai.”

Menurut Elva Farhi Qolbina, Sekretaris DPW PSI DKI Jakarta, sejak awal partainya solid untuk mengupayakan interpelasi bahkan melakukan komunikasi dengan partai lain untuk memenuhi persyaratan administrasi pengajuan interpelasi yaitu 15 orang,

“Kalau lihat *timeline*-nya, yang bersuara terkait (interpelasi) Formula E di awal adalah PSI belakangan ada PDI-P yang kemudian komunikasi kami terbangun. Persoalan teknis mengumpulkan tanda tangan agar interpelasi naik ke Bamus (Badan Musyawarah), 8 orang anggota legislatif kami solid. Hasil komunikasi politik dengan PDI-P, mereka bilang, ‘oke kami ikut interpelasi’ tapi sepertinya PDI-P tidak berhasil mengumpulkan 15 tanda tangan. Terakhir ada Golkar yang siap interpelasi, tetapi gak pernah dilaksanakan.” (Wawancara Via Zoom, 2022).

Menurut Elva, DPRD bekerja dengan cara kolektif kolegial sehingga meskipun PDI-P memiliki posisi sebagai ketua DPRD namun empat lainnya dari Gerindra, PAN, Demokrat dan PKS tidak menginginkan interpelasi. Elva juga menjelaskan bahwa permasalahan utama dalam Formula E adalah “keberpihakan anggarannya tidak bijak, misalnya *Commitment fee* itu lebih baik dialihkan untuk

covid-19". PSI memandang sikap Anies Baswedan yang tetap ingin menyelenggarakan Formula E di tengah Pandemi Covid-19 memiliki unsur pencitraan. PSI menilai bahwa upaya yang dilakukan oleh partainya selama ini merupakan kesepakatan bersama antara partai politik dan anggotanya DPRD DKI Jakarta. Kegagalan interpelasi tersebut menurut Stafsus Gubernur DKI Jakarta yang juga sekaligus Tim Gabungan Untuk Percepatan Pembangunan (TGUPP), M. Chozin Amrullah menyampaikan bahwa,

“Interpelasi gagal karena dua partai itu (PSI dan PDIP) gagal mendapat simpatik dari partai-partai yang lainnya. PSI seperti *common enemy* kalau di DPRD (DKI Jakarta). PDIP pun seperti mengekor ke PSI, mulai dari analisis, *confrence press* sampai mengumpulkan tanda tangan dilakukan oleh PSI”. (Wawancara Langsung 2023).

Menurut Chozin Amirullah, penolakan kedua partai tersebut pada dasarnya bukan karena pandemic Covid-19 tetapi memang sejak awal perencanaan Formula E. Meskipun ada beberapa persoalan seperti terkait harga atau anggaran tetapi pada dasarnya itu bisa dibicarakan namun menurutnya tujuan kedua partai tersebut menolak untuk mendapatkan popularitas dari publik semata.

Fraksi PAN sendiri pada dasarnya sudah mendukung sejak awal kebijakan Formula E, terlepas dari peristiwa makan bersama Gubernur DKI Jakarta. Farazandi menyatakan bahwa pertemuan tersebut tidak banyak mempengaruhi dukungan dari Fraksi PAN. Meski demikian dirinya melihat *event* Formula E *agak* dipaksakan. Hal itu menjelaskan posisi penting dari penyelenggaraan Formula E untuk Pemprov DKI Jakarta, terutama dalam hal ini Gubernur Anies Baswedan.

Sedangkan menurut Hendra Gunawan, Wakil Ketua DPD PDI Perjuangan DKI Jakarta, sejak awal tidak ada komunikasi politik antara Anies Baswedan dengan Fraksi PDIP. Bahkan Hendra mengatakan bahwa undangan makan malam antara partai-partai dengan Anies Baswedan itu seperti penipuan,

“(makan malam) kita ditipu. Jadi sebenarnya undangannya itu diam-diam jadi boleh dikatakan kita tidak diundang dan tidak dilibatkan. Itu juga sebenarnya makan malam diujung tanduk, kalau memang mau melakukan komunikasi harusnya sejak awal”. (Wawancara Via Telepon 2022)

Hendra juga mengatakan bahwa semangat Anies Baswedan untuk meninggalkan *legacy* dalam kepemimpinannya adalah hal yang bagus namun pembangunan DKI Jakarta tetap harus melibatkan banyak *stakeholder*. Dalam pandangannya, Anies Baswedan,

“dia (Anies) menganggap ini (Formula E) sebagai program eksekutif. Selain ke Jakpro pak Anies juga memberi memberikan anggaran Formula E ke berbagai dinas, misalnya untuk keamanan di titipkan ke satpol PP, untuk fasilitas dititipkan di diaspora, promosinya di dinas pariwisata dan lain lain. Ini kan komunikasinya tidak bagus.” (Wawancara Via Telepon 2022)

Meski demikian Anies Baswedan tidak terlalu banyak menanggapi kritikan terhadapnya. Dalam sebuah kesempatan pada Podcast Deddy Corbuzier, Anies Baswedan sempat ditanya terkait tanggapannya. Dengan menyindir, Anies Baswedan mengatakan, “kalau statement-statement itu sudah ada jawabannya tapi yang menanyakan tidak pernah tau jawaban, apalagi yang saya jawab?” menurutnya jika ada pertanyaan kenapa agenda Formula E dilaksanakan, maka jawabannya sudah jelas yaitu karena sudah ada kesepakatan DPRD. Anies juga mengomentari soal interpelasi, menurutnya “yang ketok itu DPRD, ketika ada

interpelasi ini menjadi aneh. Bayangkan menginterpelasi sebuah program yang ditetapkan oleh DPRD,”. Menurut Anies Baswedan sejak di DPRD semua catatan ada sebelum akhirnya diputuskan, semuanya bekerja secara transparan. Apalagi prosedur soal anggaran memiliki sejumlah aturan yang rigid, oleh karena Anies mengaku bahwa tidak semua isu harus ditanggapi. Dirinya menegaskan,

“saya ini dapat amanat ngurusin Jakarta bukan ngurusin buzzer atau mereka yang tidak mengungkapkan hal-hal yang tidak faktual dan substantif... tunjukkan aja fakta-faktanya, sebagian gak usah saya yang jawab, kan banyak fakta-faktanya. *The facts speak for itself*,”.

Pada contoh yang lain Anies Baswedan mengungkapkan bahwa isu-isu seperti kadrun, ekstrem atau yang lainnya tidak pernah ditanggapi karena menurutnya hal itu dapat terjawab dengan fakta di lapangan. Sama halnya dengan pertanyaan kenapa anggarannya tidak dipindahkan untuk Covid-19, menurutnya semua itu sudah dibayar di tahun 2019 dan 2020 atau sebelum Covid-19, jadi tidak ada pembayaran baru.

Hal yang sama juga kembali ditegaskan melalui podcast di channel Total Politik, Anies Baswedan merespon video viral yang diunggah Giring Ganessa, Ketua Umum PSI yang melakukan sidak calon sirkuit Formula E di Ancol, menurutnya “Kasihannya juga waktunya longgar betul, sehingga kita-kita yang agak sibuk tidak cukup waktu untuk keliling... gak usah komentar deh yang itu,”.

Narasumber Elva Farhi Qolbina juga memberikan catatan setelah berlangsungnya Formula E, menurutnya, “Acaranya memang betul berhasil terlaksana, bahkan dari PSI juga ada hadir kesana. Tapi ada evaluasinya, bahkan tadinya interpelasi kita itu mau berlanjut setelah pelaksanaan Formula E tetapi

tidak terjadi. Ada banyak catatan, misalnya tiketnya dijual dengan 50% dibawah harga”.

Berbeda dengan Fraksi PDIP dan PSI, Fahira Idris justru menganggap bahwa justru menerapkan prinsip *good governance* terlihat pada kehati-hatiannya saat menunggu rekomendasi BPK. Menurut Fahira, Anies Baswedan merupakan komunikator yang sangat baik sekaligus pendengar yang sangat baik juga, “slogan Jakarta Kota Kolaborasi bukan hanya jargon, tetapi benar-bener diimplementasikan. Tidak hanya Formula-E, tetapi berbagai kebijakan Pemprov yang lain juga dikomunikasikan dengan semua pemangku kepentingan termasuk anggota DPD RI Dapil DKI Jakarta” (Wawancara Langsung 2022).

Selain konflik dengan DPRD DKI Jakarta, komunikasi politik Anies dengan pemerintah pusat cenderung kurang baik meski awalnya mendapat dukungan dari presiden Joko Widodo. Satu bulan setelah unggahannya yaitu 13 Agustus 2019, Anies Baswedan bertemu Presiden Joko Widodo membahas terkait pagelaran Formula E yang akan diselenggarakan di Jakarta. Menurutny "Tadi betul saya bertemu dengan Pak Presiden, melaporkan tentang rencana penyelenggaraan Formula E dan beliau memberikan dukungan karena penting sekali buat Indonesia. Dalam istilah beliau, ada faedah *tangible* dan ada faedah yang *non-tangible*," (Dewi 2019).

Adapun komunikasi yang cukup panjang dengan pemerintah pusat yaitu terkait dengan penentuan lokasi sirkuit Formula E. Awalnya Anies Baswedan dan

Penentuan Monas sebagai lokasi sirkuit Formula E kemudian ditolak oleh Komisi Pengarah Kawasan Medan Merdeka yang diketuai oleh Menteri Sekretaris

Negara (Mensesneg) Pratikno karena alasan area Monas sebagai cagar budaya. Kemensesneg tetap mengizinkan pelaksanaan Formula E namun dengan lokasi di luar area Monas. Terkait hal tersebut, menurut Dhimam Abror (Direktur Komunikasi Formula E Jakarta), sejak awal pelestarian cagar budaya Monas sudah diprioritaskan (Dewi 2020).

Keputusan Mensesneg berubah pada 7 Februari 2020 dan mengizinkan Formula E dilaksanakan di Jalan Medan Merdeka Selatan. Namun pihak Tim Ahli Cagar Budaya (TACB) justru membantah telah mengeluarkan rekomendasi tersebut. Ketua TACB DKI Jakarta Mundardjito mengaku tak merekomendasikan pergelaran Formula E di kawasan Monas. Persoalan komunikasi semakin rumit, meski sempat dilakukan uji coba Aspal di Monas bagian timur namun pada akhirnya JakPro memastikan Formula E di DKI Jakarta tetap berlanjut dengan menyiapkan lima lokasi atau venue pengganti Monas (Detik 2021).

Aspek politik Formula E cukup besar terutama dalam dua hal yakni penentuan lokasi dan sponsor. Hal itu juga diakui oleh Ketua Penyelenggara Formula E, Ahmad Sahroni, “(aspek politik) sangat kencang dan luar biasa namanya situasional dengan kondisi *like and dislike* masing-masing orang (yang) punya pandangan yang berbeda” (Sahroni 2022). Sejak awal Anies Baswedan seringkali diasosiasikan sebagai calon presiden 2024 dan pada tahun 2021 muncul sejumlah deklarasi calon presiden terhadap Menteri BUMN Erick Thohir. Hal ini diduga menjadi salah satu motif minimnya dukungan BUMN terhadap Formula E. Sebagaimana disadari oleh Sahroni, “Sangat sadar (skenario kampanye yang

mengkritik Formula E), sangat normal karena berhadapan dengan dekatnya pencapresan 2024” (Sahroni 2022).

Dalam wawancara di CNN Indonesia, Sahroni juga mengatakan bahwa pada dasarnya banyak perusahaan yang ingin ikut serta sebagai sponsor tetapi diantara mereka tidak ingin terlibat dalam siklus perpolitikan (Sahroni 2022). Sahroni terus mengulang-ngulang perkataannya yang kecewa dengan ketidakhadiran BUMN di Formula E, dengan nada yang cukup tinggi dia juga mengatakan,

“*Gue* ini memelas untuk BUMN bergabung demi bangsa dan negara, bukan karena faktor yang lain. Karena saya memelas untuk BUMN, lagi-lagi BUMN untuk ikut serta, bahwa Indonesia ada untuk kegiatan Formula E. Ini bukan masalah duit, ini masalah pride untuk BUMN hadir di Formula E untuk Indonesia” (Sahroni 2022).

Terkait ketiadaan BUMN sebagai sponsor, Arya Sinulingga (Staf Khusus Menteri BUMN) menanggapi pernyataan Sahroni, menurutnya ketidakhadiran BUMN dikarenakan keterlambatan proposal sponsor yang baru masuk pada tanggal 25 Mei atau 9 hari sebelum Formula E di gelar,

“Seakan-akan BUMN itu tidak mendukung Formula E, itu enggaklah apalagi dikatakan bahwa ini ada unsur politik, engga seperti itu. Semua yang berhubungan dengan bangsa pasti kita support, tapi BUMN ini kan bisnis, dia harus diperlakukan sebagai sebuah *entity* bisnis. Maka mereka akan mempertimbangkan semua konsekuensi dari sponsorship.” (Sinulingga 2022)

Dinamika terkait sponsor BUMN seperti halnya penentuan lokasi yang erat kaitannya dengan persoalan politik. Misalnya meskipun menolak mencampuri Formula E dan kepentingan politik tetapi Gilbert Simanjuntak menyampaikan

bahwa “dari awal istana telah membantah tidak terlibat karena kalau ini sukses tentu ini kesuksesan gubernur (DKI Jakarta) dan Bung Sahroni tetapi kalau gagal jangan juga dilibatkan negara,” (Simanjuntak 2022).

Pernyataan Gilbert menegaskan bahwa komunikasi politik Anies Baswedan dengan pemerintah pusat tidak berjalan dengan baik. Hal ini juga yang yang digambarkan oleh Sahroni jika penyelenggaranya bukan Pemprov DKI Jakarta atau bukan Anies Baswedan maka penyelenggaraan Formula E akan cukup mudah karena tidak melibatkan kepentingan politik yang terlalu banyak (Sahroni, 2022).

### **C. Pembahasan**

#### **1. Pemasaran Politik dan Agenda Setting Media pada Publisitas Formula E**

Pemasaran politik pada dasarnya merupakan konsep yang permanen atau dilakukan secara terus-menerus untuk membangun kepercayaan dan *public image* (Butler & Collins dalam Firmazah, 2012:158). Oleh karenanya pemasaran politik harus dilihat secara komprehensif, tidak hanya pada masa kampanye tetapi juga sampai pada tahap bagaimana memformulasikan produk politik melalui pembangunan simbol, image, platform dan program yang ditawarkan (Susanto et al. 2018:37). Pemasaran politik dalam pengertian Bruce I. Newman bukan sekedar pemasaran biasa melainkan produk politik berupa *image* politisi, *platform*, pesan politik dan lain-lain yang dikirim ke audiens yang diharapkan menjadi konsumen yang tepat (Newman 1999:3). Pembentukan *image* atau citra personal tidak terjadi begitu saja akan tetapi dalam konteks pemasaran politik justru melalui proses yang dirancang secara sadar, bertahap dan berkelanjutan yang dilaksanakan pada

rentang waktu tertentu dengan tujuan mempengaruhi khalayak sasaran yang telah ditetapkan (Pfau & Parrot 1993).

Sebagaimana telah diuraikan pada bagian sebelumnya bahwa penyelenggaraan Formula E pada dasarnya merupakan *event* biasa namun menjadi lebih penting dan besar ketika diperbincangkan oleh khalayak. Hal ini menjelaskan Teori Agenda Setting dari Alexis S. Tan (1981) yang menyimpulkan bahwa meningkatnya nilai penting suatu topik pada media massa menyebabkan meningkatnya nilai penting topik tersebut pada khalayak (1981:277). Senada itu menurut Gun Gun Heryanto (2018) apa yang dianggap penting oleh media, akan dianggap penting pula oleh masyarakat dan sebaliknya apa yang dilupakan oleh media, akan luput juga dari perhatian masyarakat.

Secara dimensi agenda media, pemberitaan terkait Formula E termasuk dalam kategori Valence (valensi) yakni pengemasan yang dimaksudkan untuk lebih menyenangkan sehingga mudah dipahami dan dimengerti oleh khalayak luas. Sebagaimana judul berita yang digunakan CNBC memiliki kecenderungan apresiasi dibanding media lain yang sekedar mengutip unggahan Anies Baswedan sebagai informasi pada umumnya.

Sedangkan pada dimensi agenda khalayak, merespon serta mengomentari pribadi Anies Baswedan bukan proses negosiasi ataupun rencana penyelenggaraan Formula E. Misalnya sindiran Menteri Dalam Negeri (Mendagri), Tjahjo Kumolo terkait kepala daerah yang sering melakukan kunjungan kerja ke luar negeri. Bagaimana pun komentar tersebut tidak secara spesifik merujuk kepada Anies Baswedan tetapi diungkapkan bersamaan dengan perjalanan Anies Baswedan ke

Amerika Serikat. Selain itu Anies Baswedan juga merespon sindiran tersebut dengan mengatakan bahwa “Saya alhamdulillah setiap kali pergi (ke luar negeri) justru untuk mengundang orang untuk datang ke Indonesia. Mengajak orang untuk kegiatan di Indonesia,” (Merdeka 2019). Hal itu menunjukkan bahwa dimensi agenda khalayak dalam merespon unggahan Anies Baswedan berupa *personal salience* atau penonjolan pribadi, alih-alih membahas atau merespon agenda yang akan diselenggarakan yaitu Formula E.

Adapun dimensi agenda kebijakan yang muncul dalam bentuk *support* atau dukungan yang diharapkan dapat muncul dari khalayak atas agenda yang direncanakan. Beberapa media pada tahap ini dapat dikategorikan berdasarkan dimensi *valence* dan *audience salience* (tingkat menonjolnya bagi khalayak). Jadi selain mengemas berita Formula berdasarkan sesuatu yang menyenangkan dan tidak, juga mengemasnya dengan menganalisa atas dasar relevansi dengan kebutuhan khalayak yang saat itu sedang menghadapi tingginya pasien aktif Pandemic Covid. Sedangkan dalam dimensi agenda khalayak masih dikategorikan *personal salience*.

Dimensi agenda media pada porsi pemberitaan Sahroni mulai berubah dari persoalan anggaran menjadi kontroversi penunjukan Sahroni dan motif politik dibaliknya. Muncul sejumlah spekulasi yang mengaitkan Anies Baswedan sebagai calon presiden yang akan diusung Partai Nasdem pada Pilpres 2024. Pada saat yang sama kritik dari PSI yang mendesak Sahroni mundur juga memiliki motif politik yakni pertimbangan Nasdem sebagai bagian dari koalisi Pemerintahan Presiden Jokowi. Oleh karena itu dimensi agenda media masih dikategorikan

sebagai *valence* (valensi) begitupun dengan agenda khalayak yang selain menggambarkan *personal salience* dari Anies Baswedan dan Sahroni juga mulai memberitakan *favorability* (kesenangan) yakni pertimbangan senang dan tidaknya publik terkait penunjukan Sahroni, hal itu terlihat dari banyaknya berita yang muncul terkait perjalanan karir Sahroni.

Hal ini membuat dimensi agenda media tidak dapat dikategorikan sebagai *audience salience* yang memuat pertimbangan relevansi kebutuhan rakyat melainkan *valence* yang cenderung memuat suka dan tidak suka atau senang dan tidak senang terkait rencana penyelenggaraan Formula E sehingga publik menilai hal tersebut sebagai *framing* (pengemasan) alih-alih sebagai *salience*.

Adapun isu-isu menjelang penyelenggaraan Formula E semakin mempertegas pengemasan berita yang selama ini cenderung mengarah pada persoalan politik dibanding sekedar *event* olahraga pada umumnya. Pengemasan atau *framing* dilakukan oleh dua belah pihak yakni mereka yang sejak awal pro dan kontra terkait Formula E. Puncaknya adalah munculnya sejumlah spekulasi terkait koalisi politik menjelang Pilpres 2024. Bahkan publik mengamati posisi duduk Puan Maharani yang berada diantara Anies Baswedan dan Presiden Jokowi. Hal inilah yang membuat publisitas dan penyelenggaraan Formula E menjadi sangat besar.

Di sisi lain, dalam pemanfaatan media untuk pemasaran politik Anies Baswedan pada dasarnya tidak dilakukan secara reaktif. Pengamat komunikasi politik, Gun Gun Heryanto, menyebut langkah Anies untuk tidak terlalu reaktif menyikapi kritik tersebut cukup efektif dan relevan, menurutnya,

“Dia (Anies) tetap melakukan manajemen isu tapi dia tidak reaktif dengan pemberitaan media untuk memberi klarifikasi. Karena memang belum ada

persoalan yang betul-betul riil menghantam dia, ini kan opini yang dibangun oleh sebagian kalangan... selama belum menjadi isu yang dapat menempatkan Anies sebagai tersangka, menurut saya gaya seperti itu lebih relevan. Karena kalau reaktif itu cenderung memancing reaksi opini publik menjadi lebih besar. Jadi bagi saya itu *handling issues management* yang sudah tepat”. (Wawancara Langsung (2022)).

Gun Gun menilai Anies Baswedan cukup pintar dalam melakukan komunikasi politik melalui pesan-pesan simbolik. Misalnya dalam isu Giring, Anies justru menanggapi dengan menghadirkan Grup Band Nidji, dimana Giring sebelumnya adalah vokalis Nidji, pada peresmian Jakarta International Stadium (JIS). Menurut Gun Gun, “dia (Anies) mengelola isu dengan jauh lebih elegan dengan pesan simbolik ketika mengunggah foto Nidji beserta *caption* ‘tidak ada sumbang-sumbangnyanya’. Bahasa itu komunikasi politik, bagi saya sudah tepat tidak reaktif tetapi proporsional”.

Pemasaran politik meliputi unsur-unsur seperti produk, promosi, harga, penempatan dan segmentasi. Konstruksi pesan dalam pemasaran politik merupakan komunikasi bertujuan, sadar dan dirancang. Sebagaimana diuraikan sebelumnya, penyelenggaraan Formula E merupakan *price* atau harga yang harus dibayar untuk mendapatkan tujuan atau, dalam pemasaran, agar produk laku terjual. Adapun produk yang dipasarkan adalah personal branding Anies Baswedan sendiri. Produk tersebut ditempatkan (*place*) di media sosial pribadi Anies Baswedan dan dipromosikan melalui publisitas berita Formula E di media massa. Adapun segmentasi dari komunikasi pemasaran politik Anies Baswedan tidak hanya Jakarta tetapi Indonesia bahkan dunia internasional. Segmentasi juga mencakup pesan Anies Baswedan terkait Formula yang tidak hanya sekedar

lomba ajang balap mobil listrik tetapi lebih dari itu yakni soal lingkungan, ekonomi dan posisi Jakarta di mata dunia. Hal ini akan dianalisis lebih lanjut berdasarkan instrumen pemasaran politik yang terdiri dari *branding*, *positioning* dan *segmenting* (Heryanto, 2018:263).

Produk politik terdiri dari: kebijakan atau program kerja, figur, partai dan presentasi (Nursal 2004: 192). Figur dan personal merupakan ukuran kesuksesan pemasaran politik yang berbeda dengan pemasaran pada umumnya yang berfokus pada keuntungan material. Dalam hal ini menurut menurut Gun Gun Heryanto publisitas Formula E memberi *side effect* bagi portofolio Anies Baswedan,

“*Side effect* dari penyelenggaraan itu menginvestasi nama dan portofolio artinya terhubung dengan citra politik. Pada akhirnya menjadi benang merah reputasi politik yang dibangun. Bagi orang yang mau running di kontestasi politik tidak mungkin mempertimbangkan aspek portofolio”. (Wawancara Langsung, 2022).

Bagaimanapun, menurut Gun Gun, pasti terdapat aspek pemanfaatan pada *event* besar seperti Formula E untuk menguatkan posisi citra dan reputasi politik Anies Baswedan. Hal ini juga diakui oleh Anies Baswedan dalam wawancaranya di CNN Indonesia,

“Saya bersyukur sekali dengan gelombang sosial media yang mengkritik, itulah tim PR kami (publisitas) kami yang gratis... kami bersyukur dengan buzzer-buzzer itu betul-betul memberikan faedah tak terkira karena mereka lah (yang) menjadi semacam brand ambassador kita yang mengkampanyekan program kita secara luas walaupun nuansanya kritik... ini adalah salah satu exposure terbesar, terbaik bagi Jakarta” (CNN Indonesia, 2022)

Selain itu apa yang sampaikan Anies Baswedan, dalam unggahannya pada saat penyelenggaraan Formula E menurut Gun Gun Heryanto memiliki tujuan

yaitu “mengamplifikasikan event itu (Formula E), meresonansikan atau menggaungkan sehingga punya keuntungan personal politis pada dirinya” (Wawancara Langsung, 2022). Hal itu juga terlihat dari banyaknya program Anies yang dipercepat atau mengalami akselerasi seperti penyediaan instruktur atau pembangunan rusun dan yang lainnya sebelum berakhirnya masa jabatan Anies sebagai Gubernur DKI Jakarta. Pola tersebut menurut Gun Gun sama, selain itu, “karena secara ekonomi (Formula E) masih tanda tanya, jadi jelas ada keuntungan politis”.

Oleh karena itu, rekam jejak atau catatan masa lalu terkait program kerja dan kebijakan merupakan harga atau alat yang seringkali “dijual” oleh politisi atau kandidat dalam pemilihan umum. Selain sebagai rekam jejak, kebijakan penyelenggaraan Formula E juga mempengaruhi *personal characteristic* Anies Baswedan sebagai pemimpin. Hubungan antara Formula E sebagai rekam jejak dan sebagai karakteristik personal juga dimoderasi oleh media sosial melalui unggahan Anies Baswedan. Hal ini menjelaskan strategi *pull marketing* yang dilakukan Anies Baswedan dalam pemasaran politik atas publisitas penyelenggaraan Formula E itu sendiri.

## **2. Strategi publisitas dan Personal Branding Anies Baswedan**

Menurut Gun Gun Heryanto (2018) tujuan dari publisitas hanya ada empat, yaitu: memperoleh perhatian, memperoleh penghargaan, *good will* atau niat baik dan popularitas. Berdasarkan uraian di atas, minimnya informasi yang disampaikan secara langsung oleh Anies Baswedan terkait Formula E di awal atau pada saat perencanaan tetapi masif membuat unggahan menjelang

penyelenggaraan dan setelahnya menunjukkan bahwa jenis publisitasnya bukan termasuk *pure publicity*. Hal itu karena tidak banyak unggahan pribadi Anies Baswedan terkait Formula E serta jarang sekali dirinya menjelaskan Rencana Formula E bersamaan dengan *event* yang lain misalnya saat berpidato. Selain itu, banyaknya pemberitaan negatif, sebagaimana diuraikan pada bab sebelumnya, menunjukkan jika jenis publisitasnya juga bukan *paid publicity* dimana Anies Baswedan memanfaatkan media massa dengan cara membeli rubrik atau *air time* media untuk terus memopulerkan dirinya.

Publisitas penyelenggaraan Formula E jelas mempengaruhi citra politik Anies Baswedan. Intensitas publisitas tersebut termasuk dalam kategori *tie-in publicity* dimana Anies Baswedan memanfaatkan Formula E yang merupakan *event* internasional dengan pemberitaan masif sebagai momentum yang dapat memberikan insentif elektoral berupa citra positif. Hal ini juga disampaikan oleh Gun Gun Heryanto dalam wawancara langsung, menurutnya

“Kategori Formula E itu masuk di *tie-in publicity*, publisitas yang memanfaatkan *extraordinary news* atau kejadian sangat luar biasa. Seperti dulu pak Jokowi memanfaatkan event Asian Games jadi dia mengkonstruksi citra politik dengan gelaran event internasional. Waktu itu Asian Games cukup mendongkrak popularitas sekaligus akseptabilitas Jokowi sekaligus kesukaan atau *likeability*. Itu juga yang saya lihat dari Anies.”

Dalam konteks penyelenggaraan Formula E, Anies Baswedan relatif minim memberikan informasi perkembangan Formula E atau bahkan sebatas merespon dan mengomentari isu yang berkembang. Meski demikian strategi *tie-in publicity* Anies Baswedan pada agenda penyelenggaraan Formula E cukup efektif untuk menegaskan branding “kota maju” atau bahkan “kota global”. Viralitas

pemberitaan Formula E yang sangat luas membantu branding Anies Baswedan dan karya-karyanya lebih diperhatikan. Hal ini juga yang membuat strategi *tie-in publicity* berhasil karena mendapat perhatian besar dari publik.

Selain *tie-in publicity* menurut Gun Gun Heryanto juga ada jenis lainnya yang sekaligus terjadi pada saat yang bersamaan yakni *free ride publicity*, “ada dua jenis publisitas sekaligus disitu, ada *free ride publicity* dan yang kedua *Tie-in publicity*. Karena itu kan acara Jakpro dan FIA, selain itu juga besar dan extraordinary”. Hal ini juga menjelaskan banyaknya postingan Anies Baswedan menjelang penyelenggaraan dan setelahnya untuk menunjukkan afiliasi dirinya dengan Formula E. Oleh karenanya, tujuan Anies Baswedan dapat disimpulkan untuk memperoleh perhatian publik bahkan dunia Internasional.

Adapun *personal branding* menurut Isabertha & Mahmudi (2017) diartikan sebagai upaya seseorang untuk mengontrol penilaian orang lain terhadap dirinya, bahkan sebelum ada kontak langsung. Setiap orang pasti memiliki personal brand, namun itu saja tidak cukup untuk dikategorikan unik dan mudah diingat oleh masyarakat. menurut Kotler & Armstrong (2016:248) bahwa orang dapat dianggap sebagai produk. *Self-marketing/personal branding* terdiri dari aktivitas yang dilakukan untuk menciptakan, mempertahankan, atau mengubah sikap atau perilaku terhadap orang-orang tertentu. Orang-orang dari presiden, penghibur, dan tokoh olahraga hingga profesional seperti dokter, pengacara, dan arsitek menggunakan pemasaran mandiri untuk membangun reputasi mereka.

Branding yang dibangun oleh Anies Baswedan dapat dianalisis berdasarkan jenis publisitas yang dilakukan. Anies Baswedan tidak banyak memberikan keterangan maupun komentar pada rencana penyelenggaraan Formula E sebagaimana telah diuraikan sebelumnya. Branding dirinya berfokus pada pesan-pesan yang disampaikan secara langsung melalui media sosial yang dia miliki terutama Facebook dan Instagram. Dalam beberapa kesempatan ketika ditanya terkait komentar isu Formula E, Anies menyampaikan “Semuanya sudah ada penjelasan dan ada faktanya, jadi buat apa diulang?” (Corbuzier, 2021). Senada dengan itu, Anies Baswedan juga terkenal dengan kalimat yang selalu diulang, yaitu “I don’t care what people say about me, but I always concern what historian say about me”. Oleh karena itu tidak banyak pernyataan atau respon Anies Baswedan atas sejumlah isu yang muncul terkait Formula E. Oleh karena itu, *branding* produk Anies Baswedan, dalam kategorisasi Niffenegger (1998), adalah *past record* atau catatan yang dilakukan di masa lampau.

Catatan masa lampau akan menjadi penting bagi citra seorang politisi atau kandidat terutama dalam kontestasi elektoral. Hal ini juga ditegaskan oleh Anies Baswedan dalam pidato perpisahannya sebagai Gubernur DKI Jakarta,

“lima tahun yang lalu, 16 Oktober 2017, saya berdiri di tempat ini. Saat itu saya menyampaikan kepada saudara-saudara semua bahwa saya telah menerima mandat dari warga Jakarta dan saya katakan bahwa saya akan bekerja keras, saya akan bekerja sungguh-sungguh, *bi-idznillah*, agar bisa menunaikan semua yang dijanjikan.”

Branding bahwa Anies Baswedan merupakan pemimpin yang selain menepati janji-janji kampanye juga melakukan akselerasi “Transformasi Jakarta”. Dua hal

itu melekat pada setiap pidato yang disampaikan Anies Baswedan yang juga merupakan sebuah *brand* disertai tagline “Maju Kotanya, Bahagia Warganya”. Penyelenggaraan Formula E menjadi salah satu harga yang harus dibayarkan dalam upaya membentuk *personal branding* Anies Baswedan selama memimpin sebagai Gubernur DKI Jakarta 2017-2022. Hal ini juga ditegaskan kembali dalam pidatonya,

“biarkan kerja Pemprov DKI Jakarta selama lima tahun terakhir ini, mereka yang berbicara. Biarkan karya-karya itu menjadi bukti nyata, tak perlu dikatakan dalam pidato ini. Lihatlah kenyataan yang ada di Jakarta... kita tidak mengirimkan pernyataan, kita mengirimkan kenyataan,”.

Melalui pidatonya, Anies Baswedan menegaskan bahwa identifikasi atas dirinya sebagai pemimpin adalah melalui karya-karya yang telah dilakukannya selama menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta. Pernyataan itu juga sekaligus kontra narasi atau antitesis dan memberi pesan pada sejumlah *labeling* yang seringkali dilekatkan pada dirinya selama ini. Sebagaimana kebijakan yang lainnya, Anies Baswedan menempatkan penyelenggaraan Formula E sebagai salah satu upaya untuk membuat DKI Jakarta menjadi “kota maju” sebagaimana *tagline* yang diusung sebelumnya.

Penyelenggaraan Formula E berkontribusi terhadap *personal branding* Anies Baswedan sebagai *price* atau harga yang dibutuhkan untuk membentuk sebuah image atau citra politik. Kesimpulan ini juga dikonfirmasi dari pernyataan Farazandi, menurutnya,

“Menurut saya itu sebagai prestasi, karena itu menjadi sebuah tolak ukur sejarah pertama kali ada di DKI Jakarta, dan terjadi pada periode Pak Anies. Semua Gubernur di DKI punya pencapaian prestasi, walaupun berbeda-beda. Formula bisa diklaim sebagai suatu prestasi Pak Anies Baswedan.”

Senada dengan itu, Fahira Idris juga menyampaikan bahwa, Sebagai gubernur, “peran Pak Anies dalam gelaran Formula E sangat vital dan strategis. Namun, dalam berbagai kesempatan beliau selalu sampaikan kepada saya bahwa gelaran Formula E adalah kerja kolosal, kerja kolaborasi semua elemen yang ada di Jakarta. Bukan hanya kerja Anies semata” (Wawancara Langsung 2022). Dirinya juga menyatakan bahwa konsekuensi dari suksesnya gelaran Formula-E sehingga secara langsung maupun tidak langsung berpengaruh terhadap sosok Anies Baswedan baik saat masih menjadi gubernur maupun saat ini yang menjadi bakal calon presiden.

### **3. Posisi dan segmentasi Pemasaran Politik Anies Baswedan**

Efektifitas dari ide atau gagasan sebuah produk tidak hanya bergantung pada karakteristik produk tersebut melainkan keberhasilan dari strategi promosi. Lazimnya dalam melakukan promosi politisi atau kandidat menggunakan media sebagai sarannya. Saat ini media tidak hanya Televisi, Radio, Koran dan Majalah tetapi juga media baru seperti media sosial juga merupakan sarana promosi. Formula E sebagai sebuah produk dipromosikan melalui media konvensional terutama televisi sekaligus juga media sosial yang pada dasarnya dimaksudkan untuk mendapatkan publikasi secara luas. Konten promosi bukan hanya menarasikan Formula E sebagai sebuah peristiwa melainkan juga menyampaikan ide atau gagasan di balik penyelenggaraan Formula E.

Dwihapsari & Murni (2017) menyatakan bahwa positioning adalah tindakan merancang tawaran dan citra perusahaan agar mendapat tempat khusus di benak pasar sasaran. Tujuannya adalah untuk menempatkan merek di benak konsumen untuk memaksimalkan potensi manfaat bagi perusahaan. Positioning membuat produk melesat dan terlihat jauh berbeda dengan produk lain melalui komunikasi menjadikan peran positioning menjadi sistem yang terorganisir dalam upaya menemukan hal yang tepat, pada waktu yang tepat. Menurut Kotler & Armstrong (2016:228) bahwa positioning adalah mengatur agar suatu produk menempati tempat yang jelas, khas, dan diinginkan relatif terhadap produk pesaing di benak konsumen sasaran. Pemasar merencanakan positioning yang membedakan produk mereka dari pesaing dan memberi mereka keuntungan terbesar di pasar sasaran mereka.

Dalam pemasaran politik, publisitas terkait dengan positioning sehingga keduanya harus berkorelasi agar mendapat respon sesuai di pasar. Positioning Anies Baswedan dalam penyelenggaraan Formula E sebagaimana tujuan awalnya adalah menempatkan DKI Jakarta di mata dunia, dimana hal itu juga ditegaskan pada pidato di akhir masa jabatannya sebagai Gubernur DKI Jakarta,

“... dan terus menjaga agar Jakarta sebagai kota global tetap setara dengan kota-kota global lainnya, di mana kotanya maju, warganya bahagia... dan yang tidak kalah penting adalah kota yang mengibar tinggikan nama Indonesia di mata dunia,”

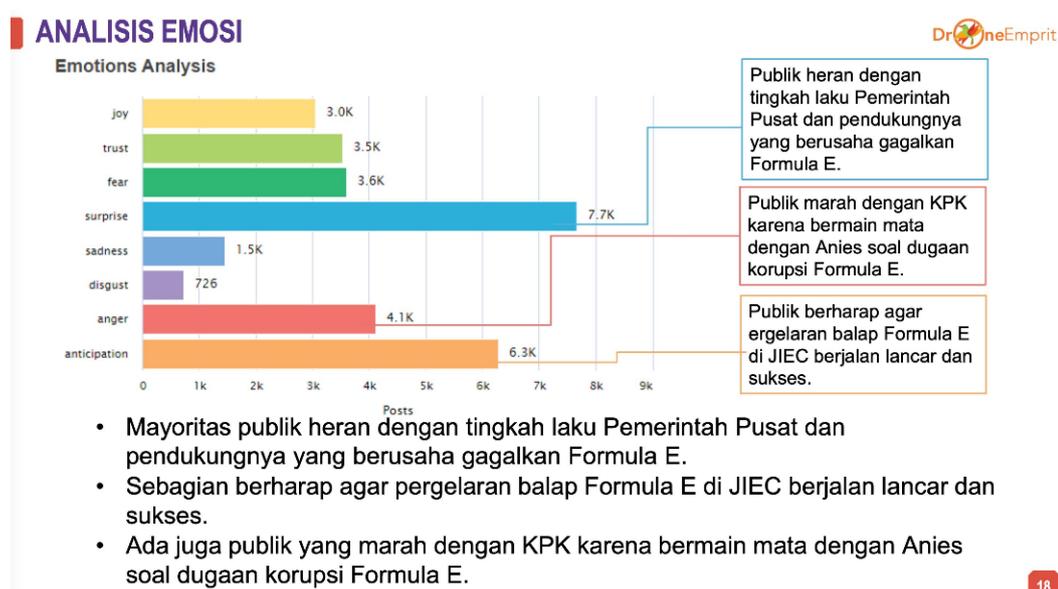
Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Chozin Amrullah dalam wawancara langsung,

“Formula E adalah salah satu *positioning* kita, mumpung belum banyak maka Jakarta harus ambil duluan. Keuntungannya pertama adalah *positioning* kota global, pesan itu semoga bisa ditangkap oleh warga sendiri dan kota besar dunia. Ini juga diharapkan dapat menarik *green investment*. Kedua dari sisi biaya, untuk paketnya itu masih murah saat ini. Kalau Jakarta ambil duluan maka dapat yang murah dibanding belakangan.”

Pernyataan di atas koheren dengan unggahannya pada 14 Juli 2019 saat mengumumkan rencana penyelenggaraan Formula E. Melalui strategi *tie-in publicity*, Anies Baswedan menggeser agenda media dari yang awalnya dominan dengan dimensi *valence* (valensi) dan sedikit diantaranya *audience salience* menjadi cenderung *visibility* (*visibilitas*) dan mengundang lebih banyak percakapan *audience salience* dari sebelumnya. Dengan kata lain, agenda media yang awalnya cenderung memberitakan Formula E terkait dengan suka dan tidak atau menyenangkan dan tidak menyenangkan atau sedikit diantaranya menghubungkan Formula E dengan kebutuhan khalayak, kemudian justru berubah menjelang penyelenggaraan Formula dimana media mulai menonjolkan isu, figur, program dan gagasan dibalik Formula E. Menjelang penyelenggaraan Formula E dan puncaknya di penghujung akhir jabatan Anies Baswedan sebagai Gubernur DKI Jakarta, media cenderung mengulang Formula sebagai sebuah program, ide atau gagasan pembangunan dari Anies Baswedan.

Selain itu porsi pemberitaan Formula E yang dihubungkan dengan kebutuhan khalayak juga semakin meningkat terutama karena klaim Anies Baswedan yang membuat Jakarta menjadi “Kota Global”. Media terlalu fokus pada narasi suka atau tidak suka atau senang dan tidak senang, sekalipun narasi yang bersifat kritik berfokus pada manajemen anggaran dan bukan pada kepemimpinan Anies

Baswedan secara langsung. Selain itu, dengan memposisikan DKI Jakarta sebagai kota global di mata dunia, Anies Baswedan juga berhasil menggeser agenda khalayak dari tentang *personal salience* atau penonjolan pribadi menjadi cenderung *favorability*. Dengan kata lain, diskusi publik akhirnya berkisar pada suka dan tidak suka Anies Baswedan bukan kebutuhan atau teknis penyelenggaraan Formula E.



**Gambar 15 Analisis Emosi Percakapan Media Sosial terkait Formula E**

Sumber: Twitter @ismailfahmi pada 6 Juni 2022.

Dengan demikian positioning yang dilakukan oleh Anies Baswedan cukup berhasil. Anies Baswedan selalu menolak jika Formula E hanya dikaitkan dengan dirinya, menurutnya “bukan tentang siapa penyelenggaranya tapi ini tentang Indonesia di mata dunia”. Klaim tersebut merupakan bentuk positioning, bahkan sejak awal pengumuman rencana penyelenggaraan Formula E, Anies Baswedan menjelaskan bahwa proses tersebut merupakan “perjuangan panjang dari seluruh jajaran Pemrov DKI Jakarta dan tim (yang) telah membuahkan hasil”.

Di sisi lain, Anies Baswedan juga membandingkan Formula E dengan Asian Games dan MotoGP di Mandalika. Narasi tersebut menempatkan Anies Baswedan bukan hanya sebagai kepala daerah pada umumnya tetapi dirinya yang melampaui gubernur itu sendiri. Klaim tersebut terlihat dari pesan-pesan yang disampaikan oleh Anies Baswedan seperti kalimat “hari ini kami persembahkan untuk Ibu Pertiwi” dengan kata lain pesannya diarahkan secara nasional. Kalimat itu diletakan dua kali yakni di awal dan di akhir, dan postingan tersebut juga diunggah dua kali pada hari yang berbeda. Kalimat lainnya adalah “Indonesia kembali jadi pusat perhatian dunia...” yang diposting dua kali dimana masing-masing disertai foto *press conference*. Hal itu merupakan klaim dimana Anies berupaya menempatkan Formula E di mata dunia internasional.

Hal itu mendorong respon yang sama di publik yakni membandingkan penyelenggaraan Formula E di Ancol dan MotoGP di Mandalika. Berita yang membandingkan keduanya sangat banyak mulai dari membandingkan aspal, tribun sampai sponsor kedua penyelenggaraan tersebut. Gun Gun juga membandingkan Formula E, Asian Games dan MotoGP sekaligus, menurutnya, “kalau Jokowi dengan dengan Asian Games dan Anies dengan Formula E itu sama yakni kepentingan elektoral, sedangkan Jokowi dalam GP Mandalika itu lebih ingin menunjukkan bahwa dirinya sebagai pemimpin memiliki *legacy*” (Wawancara Langsung, 2022).

Pemberitaan hal itu merupakan positioning yang cukup cerdas setidaknya dalam konteks *Exposure* sehingga dimensi agenda kebijakan tidak sebatas *support* (dukungan) melainkan *freedom of action* (kebebasan bertindak) dimana khalayak

diberi pilihan untuk menentukan tindakannya karena mendapat lebih banyak informasi dari media massa. Bersamaan dengan itu, *positioning* dan *exposure* tersebut juga merupakan langkah penting untuk *personal branding* dan karir politik Anies Baswedan pasca menjadi Gubernur DKI Jakarta.

Meski demikian, sejauh mana dampaknya belum dapat dijelaskan saat ini karena fleksibilitas dinamika politik dan kemungkinan adanya isu lain setelah Formula E yang menutup publisitas Anies Baswedan. Sebagaimana menurut Gun Gun, “karena menjelang 2024 isu itu tertutup oleh banyak isu-isu lain setelahnya. Untuk 2024 tidak terlalu berdampak, bahwa memang iya, itu (Formula E) pernah menjadi catatan menyukseskan elektabilitas Anies iya. Tetapi bagaimana sumbangsih Formula terhadap Elektabilitas Anies di 2024 saya masih tanda tanya, asumsi saya kecil” (Wawancara Langsung 2022).

Pemasaran politik selain terkait dengan *branding* dan *positioning* juga memiliki instrumen *segmenting*. Segmentasi dilakukan agar produk dapat memenuhi kebutuhan masing-masing kelompok dengan cara yang lebih efektif. Segmentasi menggunakan berbagai pendekatan seperti demografis, geografis, psikografis dan perilaku. Segmentasi *branding* dan *positioning* Anies Baswedan dapat dianalisis berdasarkan pendekatan geografis, psikografis dan perilaku. Misalnya dalam pendekatan geografis, Anies Baswedan menyelenggarakan Formula E dengan tujuan menempatkan Jakarta dalam percaturan dunia. Hal ini membuat pelanggan atau pemilih Jakarta berpotensi mendukung atau setidaknya terpengaruh dengan glorifikasi berdasarkan geografis tersebut.

Kedua, tujuan Formula E juga adalah kampanye kendaraan ramah lingkungan. Isu tersebut menempatkan *branding* Anies Baswedan dalam konteks Formula E sebagai sebuah perubahan gaya hidup di masa yang akan datang. Nilai-nilai lingkungan yang ada dibalik kampanye tersebut juga bagian dari segmenting psikografis yang memperlihatkan posisi Anies Baswedan dalam isu-isu lingkungan.

Ketiga, tujuan ekonomi atau keuntungan dari penyelenggaraan Formula E yang di klaim Anies Baswedan mencapai Rp2.6 Triliun. Hal itu menempatkan Formula E sebagai sebuah produk atau manfaat yang dicari oleh pasar terutama para pengusaha dan pedagang yang mendapatkan dampak langsung dari penyelenggaraan Formula E. Selain itu dampak tidak langsung juga terhadap pendapatan Pemprov DKI Jakarta. Hal itu mendorong loyalitas pemilih terhadap produk dalam hal ini *personal branding* yang melekat pada Anies Baswedan.

Ketiga narasi serta klaim di atas tidak cukup kuat, oleh karena itu diperlukan dua analisa lainnya yakni koherensi (*coherence*) dan kebenaran (*fidelity*). Menurut Walter Fisher (1987), tidak semua narasi memiliki *power* yang sama untuk dapat dipercaya dan kedua prinsip tersebut penting dalam membangun rasionalitas naratif. Narasi itu sendiri dimaknai sebagai simbolik kata-kata dan atau tindakan yang memiliki rangkaian serta makna bagi siapapun yang hidup, mencipta atau memberi interpretasi (Heryanto, 2018:265). Koherensi muncul saat narasi disajikan dengan runtut dan konsisten. Koherensi struktural berpijak pada tingkatan dimana elemen-elemen dari sebuah narasi mengalir lancar, terasa benang merahnya oleh khalayak. Koherensi material merujuk pada tingkat

kongruensi antara satu narasi dengan narasi lainnya yang berkaitan. Koherensi karakterologis merujuk pada karakter yang dapat dipercaya dalam mengungkapkan narasi. Koherensi karakterologis lebih sulit dianalisis sekedar menggunakan metode dalam penelitian ini, oleh karena itu tidak akan diuraikan mensyaratkan pembuktian lebih lanjut survei atau pertimbangan seandainya Anies Baswedan menjadi tersangka KPK karena Formula E. Sedangkan kebenaran merupakan reliabilitas dari sebuah narasi. Sebuah narasi dianggap benar ketika elemen-elemen dari narasi tersebut merepresentasikan pernyataan-pernyataan akurat mengenai realitas sosial.

*Pertama*, narasi penyelenggaraan Formula E dan Jakarta sebagai “kota global”. Mengacu pada pernyataan-pernyataan yang dikemukakan oleh Anies Baswedan mulai dari unggahan pertama mengumumkan rencana penyelenggaraan Formula E, pidatonya saat peresmian Jakarta sebagai tuan rumah Formula E, pernyataannya di podcast Deddy Corbuzier, Total Politik dan wawancaranya di beberapa talkshow serta pidato terakhir sebagai Gubernur DKI Jakarta dapat disimpulkan memiliki koherensi material. Kemudian *publisitas* dan *eksposure* yang muncul terkait Jakarta sebagai “Kota Global” berdasarkan pada pembangunan sarana internasional yang menurut Anies Baswedan belum sempurna tetapi sudah cukup memadai. Misalnya menurut Anies Baswedan, “stadionnya berstandar internasional, trotoarnya berstandar internasional, pusat kebudayaan dan kesenian berstandar internasional. Selain itu juga halte, terminal, tempat pemberhentian, bahkan busnya, MRT-nya, semua berstandar internasional,” (Kompas, 2022).

Klaim Anies Baswedan ditanggapi berbagai kalangan, meski umumnya memberikan apresiasi atas pencapaian pembangunan yang dilakukan. Misalnya Pengamat Tata Kota dari Universitas Trisakti Nirwono Joga Artikel memberikan catatan kaki pada beberapa persoalan yang belum tuntas seperti "Penanganan banjir justru tidak tuntas dilakukan, seperti pembenahan sungai yang berhenti, revitalisasi situ, danau, bung, waduk tidak berjalan,". Peneliti menyimpulkan bahwa meskipun tidak sempurna tetapi terdapat koherensi struktural pada narasi ini. Oleh karena terdapat sejumlah persoalan lainnya maka narasi Jakarta sebagai kota global belum dapat dikategorikan *fidelity* akan tetapi penyelenggaraan Formula E sebagai upaya untuk membuat Jakarta sebagai kota Global adalah kebenaran (*fidelity*), mengacu pada definisi kota global dengan sarana dan aktivitas skala internasional.

*Kedua*, narasi kampanye kendaraan ramah lingkungan. Narasi tersebut muncul bersamaan atau tanpa saling menegasikan dengan narasi Jakarta sebagai "Kota Maju". Artinya kemajuan yang dikehendaki Anies Baswedan beriringan dengan kelestarian alam atau lingkungan. Posisi Formula E merupakan salah satu bentuk kampanye yang mendorong energi ramah lingkungan pada transportasi Jakarta di masa depan, menurut Anies di Instagram pribadinya @aniesbaswedan, "hadirnya Formula E di Jakarta sejalan dengan upaya Presiden Jokowi dalam mengurangi ketergantungan Indonesia pada energi konvensional, dan beralih pada energi ramah lingkungan,". Akan tetapi menurut Direktur Utama PT Wacana Prima Sentosa, "ada pendapat bahwa mengedepankan mobil listrik untuk kampanye ramah lingkungan sebenarnya kurang tepat. Jika soal ramah lingkungan

hanya dikaitkan dengan emisi gas buang, memang benar. Mobil listrik tidak menghasilkan gas buang, namun menghasilkan polutan lain yaitu sampah baterai.”.

Mengenai Formula E atau mobil listrik menggunakan baterai lithium. Penanganan sampah baterai lithium jauh lebih sulit ketimbang baterai biasa. Penelitian lain berjudul *The Impact of Nickel Mining on Soil Properties and Growth of Two Fast-Growing Tropical Trees Species* yang dimuat dalam *International Journal of Forestry Research*, memaparkan dampak buruk penambangan nikel bagi kelestarian hutan tropis. Meski demikian narasi Anies Baswedan sejak awal tidak membuat klaim berlebih soal ramah lingkungan, narasinya terbatas pada pengurangan ketergantungan serta promosi penggunaan kendaraan listrik yang lebih ramah lingkungan dibanding kendaraan saat ini. Oleh karena itu narasi tersebut masih dapat dikategori koherensi material.

Di sisi lain terdapat sejumlah program Gubernur Anies Baswedan yang ditujukan untuk ramah lingkungan. Misalnya kebijakan percepatan peningkatan akses ruang hijau, sekolah Netzero yaitu sekolah negeri yang mengusung konsep rendah emisi, memperluas cakupan layanan transportasi yang terintegrasi yang bertujuan untuk mengurangi penggunaan kendaraan pribadi. Hal itu menunjukkan koherensi struktural dari narasi kampanye kendaraan ramah lingkungan dan oleh karena itu narasi tersebut juga dapat dikategorikan *fidelity*.

*Ketiga*, narasi keuntungan ekonomi dalam penyelenggaraan Formula E di Jakarta. Klaim Anies Baswedan menyatakan bahwa penyelenggaraan Formula E memberi dampak ekonomi sebesar 2.6 Triliun yang artinya melampaui

preliminary studies 1.2 Triliun. Angka tersebut merupakan perhitungan yang juga dilakukan oleh Institute for Development of Economics and Finance (Indef). Meski demikian belum tanggapan atau analisis pembandingan untuk menguji klaim tersebut selain laporan perhitungan Indef. Selain itu transparansi juga masih dipersoalkan dan dalam proses penyelidikan Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK). Oleh karena itu, meskipun narasi ketiga ini dapat dikategorikan koherensi material namun belum dapat dijelaskan bagian koherensi struktural maupun *fidelitynya*.