



Identitas politikus selebritas Ridwan Kamil dalam akun Instagram @ridwankamil

Ananda Bintang Purwaramdhona, Muhamad Adji, Tisna Prabasmoro*

Universitas Padjadjaran, Jln. Ir Soekarno km 21, Jatinangor, Kab. Sumedang 45363, Indonesia

Correspondance: tisna.prabasmoro@unpad.ac.id

Received: 22 November 2023; Reviewed: 20 December 2023; Accepted: 20 January 2024

Abstract: Instagram has become a new public space in politics used to influence and attract public sympathy by a politician, one of whom is Ridwan Kamil. This article aims to explain the process of building and maintaining the identity of celebrity politician Ridwan Kamil on the Instagram account @ridwankamil as a way of carrying out a hegemony project. Mixed methods are used in this article through a corpus-based digital humanities approach, a theoretical framework of critical discourse analysis, hegemony, celebrity politicians, and self-presentation. The research results show two findings. First, Ridwan Kamil built the identity of a celebrity politician through his Instagram account by using visual images to show his physical characteristics. Second, Ridwan Kamil often uses the words "Bandung" and "West Java" as nodal points which refer to the area of political power he has, then uses the words "I" and "us" as well as three self-presentation techniques, namely self-branding, life streaming, and micro-celebrity to maintain the identity of celebrity politicians. This article argues that the identity of celebrity politicians is a hegemonic project because the chains of equality and the illusion of closeness created by celebrity politicians obscure power relations, but on the other hand, show themselves as rulers.

Keywords : celebrity politician; Ridwan Kamil; hegemony; Instagram

Abstrak: Instagram menjadi ruang publik baru di dunia politik yang digunakan untuk memberikan pengaruh dan menarik simpati publik oleh seorang politikus, salah satunya Ridwan Kamil. Artikel ini bertujuan menjelaskan proses membangun dan mempertahankan identitas politikus selebritas Ridwan Kamil dalam akun Instagram @ridwankamil sebagai cara melakukan proyek hegemoni. Metode campuran digunakan dalam artikel ini melalui pendekatan humaniora digital berbasis korpus, kerangka teori analisis wacana kritis, hegemoni, politikus selebritas, dan presentasi diri. Hasil penelitian menunjukkan dua temuan. Pertama, Ridwan Kamil membangun identitas politikus selebritas melalui akun Instagram melalui citra visual untuk menunjukkan ciri fisik dirinya. Kedua, Ridwan Kamil kerap menggunakan kata "Bandung" dan "Jawa Barat" sebagai titik nodal yang mengacu pada wilayah kekuasaan politik yang dimilikinya, lalu menggunakan kata "saya" dan "kita" serta tiga teknik presentasi diri, yakni self-branding, life streaming, dan micro-celebrity untuk mempertahankan identitas politikus selebritas. Artikel ini berargumen bahwa identitas politikus selebritas merupakan proyek hegemoni karena rantai kesetaraan dan ilusi kedekatan yang diciptakan politikus selebritas mengaburkan relasi kuasa, tetapi di sisi lain menunjukkan dirinya sebagai penguasa.

Kata kunci: politikus selebritas; Ridwan Kamil; hegemoni; Instagram

© 2024 The Author(s)

<https://doi.org/10.30738/sosio.v10i1.16253>



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

PENDAHULUAN

Ridwan Kamil merupakan politikus yang aktif di Instagram dengan 7.952 unggahan dan 20.8 juta pengikut yang hanya kalah dari Joko Widodo dengan 55 juta dari pantauan kami per 9 September 2023. Banyaknya jumlah pengikut dan keaktifan Ridwan Kamil sebagai politikus di Instagram membuat penelitian tentang Ridwan Kamil telah banyak dilakukan. Beberapa penelitian tersebut misalnya mengenai kebahasaan yang digunakan Ridwan Kamil di akun Instagramnya (Asidiky, Sujatna, Sidiq, & Darmayanti, 2022; Azizah, Mustika, Bias Primndhika, & Siliwangi, 2020; Harsari & Hidayat, 2022; Najmatullail, 2022), komunikasi politik (Eliya & Zulaeha, 2017; Fitriyani, 2023; Munandar & Suherman, 2016; Ramadhan & Fitriana, 2022; Setyawan & Soraya, 2020), representasi kepemimpinan dan pemanfaatan media sosial untuk *branding* politik (MulDani & Nurani Muksin, 2022; Mutiah, Mirat La Ode, Raharjo, & Suratriadi, 2022; Prafitasari, 2016; Prawira & Candraningrum, 2020; Siregar dkk., 2019; Suryawati, 2021), postkomodifikasi (Rustandi & Yusanto, 2021), retorika simbol islam (Husna, 2018), representasi ayah ideal (Julita & Nurhayati, 2020), dan selebrifikasi politik (Fathiroh & Hapsari, 2017).

Dari beberapa penelitian di atas, terdapat beberapa penelitian yang menunjukkan bahwa kemenangan Ridwan Kamil dalam Pemilihan Wali Kota (Pilwalkot) Bandung 2013 dan Pemilihan Gubernur (Pilgub) Jawa Barat 2018, tidak terlepas dari mekanisme pencitraan dan pola komunikasi Ridwan Kamil melalui media sosial, terutama Instagram (Asidiky dkk., 2022; Besman & Santoso, 2017). Menurut Iqbal (2022), pola pencitraan Ridwan Kamil di Instagram kerap menunjukkan tiga hal, yakni bercerita mengenai suatu hal yang berkaitan dengan topik yang sedang hangat, keluarga, dan kampanye politik. Ketiga hal itu diperkuat dengan strategi komunikasi Ridwan Kamil yang dianggap dekat dengan audiensnya di Instagram atau mengikuti bahasa yang ada di Instagram (Fathiroh & Hapsari, 2017). Bahkan, strategi yang dilakukan Ridwan Kamil di Instagram ini menurut Rustandi dan Yusanto (2021) memiliki kemiripan dengan politikus lain, seperti Ganjar Pranowo sampai Anies Baswedan. Ini menunjukkan bahwa Instagram menjadi salah satu media yang digunakan politikus untuk menyebarkan pengaruh dalam menaikkan elektabilitas dengan menjadikan akun Instagramnya sebagai sumber berita dari media mainstream (Rustandi & Yusanto, 2021). Namun, penelitian-penelitian tersebut tidak ada yang secara spesifik menyinggung bahwa strategi dan identitas politikus selebritas yang ditampilkan Ridwan Kamil merupakan proyek hegemoni. Penelitian ini hendak menjelaskan bagaimana identitas politikus selebritas Ridwan Kamil di Instagram @ridwankamil dibangun dan ditunjukkan sebagai proyek hegemoni untuk mengukuhkan posisinya sebagai penguasa.

Identitas politikus selebritas merupakan upaya politikus untuk meraih simpati dan dukungan masyarakat yang berhak memilihnya atau konstituennya dengan mengadopsi budaya selebritas secara performatif (Ekman & Widholm, 2014; Street, 2004). Identitas di sini dilihat sebagai bentukan wacana yang berubah secara cair dan menyesuaikan pada

suatu wacana yang hendak dibentuk oleh seorang subjek (Laclau & Mouffe, 2008; Piliang & Jaelani, 2018; Rahayu, 2006; Tohari dkk., 2022; Vida, 2018). Melalui wacana identitas yang cair dengan mengadopsi budaya selebritas di era internet, Ridwan Kamil sebagai subjek politik dapat membentuk berbagai wacana lain untuk membangun realitas yang dialami bersama. Realitas di internet tersebut memudahkan politikus berada pada posisi dominan dalam membentuk dan menguasai wacana tertentu karena dapat mengaburkan relasi kuasa antara politikus dan konstituennya (Berger & Luckmann, 1966; Marwick, 2013).

Ketidajelasan atau kaburnya relasi kuasa antara politikus selebritas dan konstituennya itu disebut Laclau & Mouffe (2008) sebagai *chain of equivalence* atau rantai kesetaraan, yakni cara politikus menyatu dengan masyarakat sehingga menghilangkan sekat antara keduanya. Namun, peleburan tersebut hanyalah ilusi karena dalam relasi itu Ridwan Kamil memegang posisi dominan sebagai penguasa atau yang disebut Laclau & Mouffe (2008) sebagai *political leadership*. Melalui hal itu Ridwan Kamil dapat dengan mudah melakukan proyek hegemoni atau proses membuat, menjaga, dan mempertahankan seperangkat makna, ideologi, dan praktik yang bersifat otoritatif (Barker, 2014: 119) terhadap konstituennya di Instagram melalui budaya populer untuk membentuk dan memengaruhi persona publik agar berpihak padanya atau memilihnya kembali (McKernan, 2011; Street, 2003). Hal tersebut dapat bermasalah karena media sosial seperti Instagram merupakan ruang publik baru bagi politikus untuk mendulang popularitas dan suara dengan melanggengkan proyek hegemoni kekuasaan (Rustandi & Yusanto, 2021). Masyarakat akan semakin sulit untuk sadar bahwa mereka tengah dihegemoni oleh suatu gagasan politikus dengan menghadirkan identitas selebritas secara cair di Instagram. Hal itu disebabkan hegemoni memiliki sifat “konsensus pasif” yang menghadirkan dan membentuk suatu ide atau wacana oleh kelompok dominan yang ditawarkan kepada kelas subordinat secara halus dan sering tanpa disadari (Gramsci, 1971; Piliang & Jaelani, 2018). Salah satu caranya adalah melalui wacana identitas politikus selebritas dengan mengadopsi budaya selebritas seperti yang digunakan oleh Ridwan Kamil di Instagram sebagai ruang publik baru. Oleh karena itu, penelitian ini penting karena hendak menguraikan mekanisme proyek hegemoni melalui identitas politikus selebritas yang dapat secara tidak sadar memengaruhi masyarakat melalui bahasa takarir di Instagram.

Karena identitas politikus selebritas merupakan wacana yang mampu menghegemoni, bahasa sebagai unsur dari wacana memiliki peranan penting sebagai sarana untuk mengoperasikan kekuasaan kepada atau sesama masyarakat (Forchtner, 2010; Latif, Ibrahim, Heryanto, Anderson, & dkk, 1996; Wodak, 2001) yang di sisi lain dapat menjadi pintu masuk untuk menganalisis permainan kekuasaan dalam ruang politik (Latif dkk., 1996). Gramsci (1971: 450) memandang bahasa sebagai ruang atau tempat simbol-simbol yang diproduksi dan dipertukarkan sehingga bahasa dapat menjadi medium untuk melegitimasi versi realitas tertentu. Ketika suatu wacana berhasil menjadi

hegemonik, praktik-praktik sosial yang distrukturalisasi dapat tampak alami sehingga masyarakat tidak menyadari bahwa mereka merupakan hasil dari praktik dan proyek hegemoni politik (Rear D & Jones A, 2013, hlm. 8; Tohari dkk., 2022).

Penelitian ini hendak berfokus pada bahasa tekstual atau takarir di Instagram. Hal itu disebabkan takarir yang bersifat teks dalam Instagram dapat memudahkan analisis tentang peran bahasa yang menjadi instrumen hegemoni kekuasaan dibandingkan gambar yang menurut Barthes (1977: 39) lebih bersifat polisemi. Sebuah teks lebih bisa mempersempit makna untuk membongkar ideologi dibandingkan pada suatu adegan atau gambar. Kendati demikian, kami tidak meninggalkan sepenuhnya deskripsi terhadap konten visual. Deskripsi konten visual di suatu unggahan yang akan dianalisis bahasa tekstualnya tetap digunakan sebagai konteks.

Untuk menganalisis teks takarir di akun Instagram Ridwan Kamil, penelitian ini menggunakan kerangka pendekatan *digital humanities* atau selanjutnya disebut *humaniora digital*. *Humaniora digital* merupakan teori yang menggabungkan disiplin *humaniora* dengan pengetahuan mengenai komputasi dan aplikasi komputer sehingga proses analisis dapat dilakukan dengan skala besar dan cepat (Burdick, Drucker, Lunenfeld, Presner, & Schnapp, 2012; Kirschenbaum, 2010). Proses analisis yang dibantu komputer tersebut dapat membantu melihat masalah yang dalam penelitian *humaniora konvensional* kerap luput untuk dicurigai (Stubbs, 1996; Zottola, 2020). Dalam penelitian ini, *humaniora digital* digunakan untuk membantu melihat masalah dengan mencurigai polarisasi dari data raya atau korpus dalam takarir Instagram @ridwankamil.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian campuran, yakni penggabungan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif (Creswell, 2014). Dalam penelitian *humaniora digital*, metode kuantitatif digunakan dalam proses pengolahan dan penyediaan data melalui analisis korpus (Purwaramdhona, Hidayatullah, & Rahayu, 2023). Data korpus berupa kumpulan takarir Instagram @ridwankamil diperoleh dengan bantuan situs web pengumpul data Apify dari 2013 sampai 2023. Data yang telah diperoleh dianalisis melalui aplikasi atau perangkat *humaniora digital* AntConc yang dibuat oleh Anthony (2004) dan analisis korpus yang dikemukakan oleh Stubbs (1996). Setelah dideteksi AntConc, terdapat 322.325 token (kata) dan 25.221 *types* (kata yang sama) dari 7.952 unggahan. Dari 7.952 unggahan tersebut, kami menemukan ada 10 unggahan dengan keterangan bahwa takarirnya ditulis oleh admin. Hal itu akan tetap dianalisis karena admin media sosial Ridwan Kamil turut membangun bagaimana Ridwan Kamil menampilkan dirinya di Instagramnya dan tentu sudah disetujui oleh Ridwan Kamil sebagai pemilik akun Instagram @ridwankamil.

Untuk memperinci temuan, data-data tersebut dibagi menjadi tiga periode sesuai dengan jabatan politik yang dimiliki Ridwan Kamil; yaitu pada 2 Februari sampai 15

September 2013 dengan 257 unggahan dan 1.733 token; 16 September 2013 sampai 4 September 2018 dengan 4.559 unggahan dan 117.050 token; serta 5 September 2018 sampai 6 September 2023 dengan 3.136 unggahan dan 203.542 token. Teknik analisis *purposive sampling* digunakan dalam penelitian ini. Analisis frekuensi kata melalui AntConc digunakan untuk mengetahui wacana utama dari kata-kata yang sering digunakan. Dalam menghitung analisis frekuensi kata, Anthony (2004; Laurence Anthony, 2023) tidak secara spesifik mencantumkan rumus atau kode format tertentu di dalam aplikasi AntConc buatannya tetapi telah melebur ke dalam sistem aplikasi tersebut. Setelah mendapatkan kata-kata yang sering muncul dari korpus takarir Ridwan Kamil melalui AntConc, kami menggunakan teknik *purposive sampling* untuk menentukan delapan kata yang sering digunakan Ridwan Kamil dan memiliki indikasi berkaitan dengan isu politikus selebritas dan hegemoni kekuasaan. Teknik *purposive sampling* digunakan untuk memilah unggahan yang menggunakan kata tertentu untuk dijadikan contoh analisis dengan lebih mendalam. Teknik *purposive sampling* atau teknik sampling menurut Ratna (2010: 211) adalah teknik membatasi objek untuk mengambil bagian terpenting dari keseluruhan sampel yang dapat mewakilinya.

Setelah analisis kuantitatif dilakukan dan mendapatkan kata-kata serta unggahan melalui teknik *purposive sampling*, analisis beranjak pada analisis kualitatif. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif untuk menganalisis dan menginterpretasikan data berupa korpus takarir Instagram @ridwankamil dengan kerangka teori tentang analisis wacana dan hegemoni kekuasaan menurut Laclau & Mouffe (2008), politikus selebritas yang diajukan Street (2004), dan presentasi diri yang dipaparkan Marwick (2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Membangun Citra Politikus Selebritas melalui Instagram sebagai Ruang Publik Baru

Proses membangun identitas politikus selebritas dengan mengadopsi budaya selebritas disebut Street (2004) sebagai selebrifikasi politikus yang mulai dilakukan Ridwan Kamil saat memutuskan menjadi calon Wali Kota Bandung pada 2013. Fathiroh dan Hapsari (2017) menemukan bahwa ketika kampanye Pilwalkot 2013, Ridwan Kamil kerap menampilkan dan menawarkan gaya kepemimpinan yang dianggap baru serta berbeda dibandingkan politikus konvensional pada umumnya melalui unggahan di Instagramnya. Hal itu dapat dilihat dari banyaknya unggahan foto dan takarir yang menggunakan atribut budaya populer dari meme, lagu, sepak bola, sampai candaan tentang jomblo dan mantan. Cara tersebut membuat Ridwan Kamil lebih bisa dijangkau oleh berbagai kalangan untuk mendulang popularitas dan dukungan dari konstituennya, terutama anak muda (Fathiroh & Hapsari, 2017).

Dari temuan **Fathiroh dan Hapsari (2017)**, dapat dikatakan bahwa Ridwan Kamil merupakan *subject of politic* yang mulai membentuk wacana untuk menciptakan dislokasi atau subversi diskursus hegemonik oleh peristiwa-peristiwa yang tidak berhasil diintegrasikan ke dalam diskursus yang bisa disimplifikasi juga sebagai konflik sementara (**Laclau & Mouffe, 2008**). Dengan mengontraskan identitas politikus selebritas yang berbeda dari politikus konvensional pada umumnya yang telah mapan, Ridwan Kamil membentuk wacana baru untuk muncul dalam pertarungan hegemoni di dunia politik elektoral. Pertarungan itu dimenangkan Ridwan Kamil karena dirinya mampu menghegemoni konstituennya untuk memilihnya dan berhasil terpilih menjadi Wali Kota Bandung pada 2013.

Meskipun wacana identik dengan bahasa tekstual, pada awal pembentukan subjek politik sebagai politikus selebritas sebelum menjabat Wali Kota Bandung, Ridwan Kamil dominan mengunggah konten yang berfokus pada visual. Dengan kata lain, pada periode ini Ridwan Kamil menggunakan citra visual sebagai strategi awal untuk menampilkan citra politikus selebritasnya di Instagram. Hal itu ditandai dengan takarir atau keterangan gambar yang sedikit, yakni 1.733 token dari 257 unggahan. Temuan itu berbanding terbalik ketika Ridwan Kamil sudah menjabat Wali Kota Bandung yang jumlah takarirnya lebih banyak dengan 117.050 token dari 4.559 unggahan pada Agustus 2013 sampai September 2018. Perbedaan jumlah frekuensi kata dari takarir dua periode tersebut dapat dilihat dalam Tabel 1 yang telah dideteksi oleh aplikasi AntConc.

Tabel 1. Frekuensi Kata dari Korpus Akun Instagram Ridwan Kamil 2013-2018

No.	Sebelum Jadi Wali Kota		Ketika Menjabat Wali Kota	
	Kata	Frekuensi	Kata	Frekuensi
1.	Bandung	56	Bandung	1.924
2.	pagi	26	saya	915
3.	selamat	25	warga	753
4.	bdg	22	kita	653
5.	galaxynoteii	17	anak	590
6.	taken	16	bersama	344
7.	bersama	13	cinta	313
8.	masjid	5	masjid	284

Sumber: Hasil Olahan Penulis

Dominasi unggahan yang lebih berfokus pada visual juga dapat dilihat dari kemunculan kata “galaxynoteii” yang muncul sebanyak 17 kali dan “taken” sebanyak 16 kali. Dua kata itu menunjukkan keterangan bahwa beberapa foto dalam unggahan di periode ini menggunakan gawai bermerek *samsung galaxy note ii* tanpa ada usaha untuk menjelaskan yang lain dalam suatu unggahan tersebut. Sedikitnya takarir dan unggahan

yang berfokus pada visual mengindikasikan bahwa Ridwan Kamil hendak menampilkan dirinya secara visual. Tujuannya adalah memperkenalkan diri Ridwan Kamil secara fisik dan visual kepada konstituennya. Hal itu dilakukan karena visual lebih memudahkan orang untuk mengenali ciri fisik Ridwan Kamil. Oleh karena itu, unggahan yang berfokus pada visual lebih dominan ditunjukkan sebelum dirinya menjadi Wali Kota, karena ia belum begitu dikenal oleh konstituennya terutama oleh masyarakat Kota Bandung.

Kendati demikian, Ridwan Kamil tidak sepenuhnya mengunggah konten visual tanpa takarir. Di setiap unggahan di Instagram pada periode itu, Ridwan Kamil selalu menyisipkan takarir. Hanya saja jumlah takarir yang ditulis tidak sebanyak ketika dirinya sudah menjabat Wali Kota. Ini menandakan bahwa Ridwan Kamil tetap ingin memersepsikan makna tertentu dengan lebih detail pada konstituennya di Kota Bandung melalui teks takarir yang sifatnya lebih bisa mempersempit makna dibandingkan gambar yang bersifat polisemi (Barthes, 1977). Selain itu, pada kedua periode tersebut kata “Bandung” memiliki frekuensi kemunculan paling banyak. Terdapat 56 kata sebelum menjabat dan 1.924 ketika menjabat Wali Kota Bandung. Itu menandakan bahwa kata “Bandung” yang dituliskannya dalam takarir menjadi titik nodal (*nodal point*) dari dua periode tersebut karena Ridwan Kamil mengerucutkan atau mencengkeram berbagai wacana pada kata yang banyak merujuk kata “Bandung”. Penggunaan kata “Bandung” sebagai titik nodal dengan 56 kemunculan di periode sebelum dirinya menjabat Wali Kota Bandung dapat dilihat dalam unggahan pada Gambar 1.



Gambar 1 Unggahan Ridwan Kamil dengan takarir “from bandung with love”

Ridwan Kamil menulis “*from bandung with love*”, yang mengimplikasikan dirinya hendak berkontribusi terhadap Bandung melalui takarir tersebut. Ridwan Kamil hendak menjelaskan bahwa kepemimpinan dirinya nanti untuk Kota Bandung akan dipenuhi dengan “cinta”. Artinya dalam unggahan itu, Ridwan Kamil mulai melakukan proyek hegemoni dengan memengaruhi konstituennya untuk memilihnya karena ia

menawarkan suatu wacana tentang “memimpin Kota Bandung dengan cinta”. Di sisi lain, takarir itu juga merujuk pada film *From Bandung with Love* (2017). Film itu bercerita tentang kisah cinta yang terjadi di Bandung. Dalam konteks visual, Ridwan Kamil mereduplikasi ilustrasi poster “Hope” yang menjadi citra utama kampanye Barack Obama pada Pilpres Amerika 2008 yang diganti dengan wajah Ridwan Kamil. Cara reduplikasi ini, menurut **Fathiroh dan Hapsari (2017, hlm. 24)** bertujuan untuk *self-branding* (membentuk citra diri) dengan menimbulkan kesan anak muda atau berjiwa muda karena kampanye di atas menunjukkan bahwa Ridwan Kamil menggunakan media populer seperti seni ilustrasi yang banyak dijangkau anak muda dan memang marak digunakan karena keberhasilan Obama memenangkan Pilpres. Hal itu juga menandakan bahwa Ridwan Kamil hendak melakukan cara Obama menggunakan media sosial dan budaya populer untuk memenangkan suatu pemilihan umum (**Utomo, 2013**). Baik takarir maupun konteks visual yang ditampilkan Ridwan Kamil mempertegas bahwa dia merupakan seorang pemimpin yang menjangkau anak muda dengan peka terhadap apa yang sedang dibicarakan oleh anak muda terutama konstituennya di Bandung. Hal itu ditunjukkan salah satunya lewat citra kampanye Ridwan Kamil yang kerap merujuk pada kata “cinta” pada takarir dan logo cinta yang ada pada gambar berbentuk hati berwarna merah.

Menariknya, kata “cinta” baru secara eksplisit ditulis Ridwan Kamil dengan 313 frekuensi kemunculan ketika dirinya sudah menjabat Wali Kota. Artinya, gagasan tentang “memimpin dengan cinta” itu baru diimplementasikan dan dijelaskan Ridwan Kamil ketika dirinya sudah menjabat Wali Kota. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebelum memiliki kuasa politik sebagai Walikota, Ridwan Kamil cenderung berhati-hati dalam menyebarkan wacana, dalam hal ini soal “cinta”. Dia memberikan kesempatan para konstituennya untuk menafsir kata “cinta” pada unggahan di atas serta pada unggahan-unggahan sebelum menjabat Wali Kota yang berfokus pada konten visual. Hal itu membuat kata “cinta” merupakan penanda kosong (*empty signifier*) karena maknanya tidak tetap dan diperebutkan (**Laclau & Mouffe, 2008; Tohari dkk., 2022**). Makna “cinta” kemudian dijelaskan Ridwan Kamil ketika menjabat Wali Kota sebagai kata yang bukan merujuk pada kerja politik penuh cinta antara Wali Kota dan Kota Bandung, tetapi penggunaan kata “cinta” jika dilihat konteks penggunaan kata dalam kalimat atau konkordansinya justru dominan digunakan Ridwan Kamil untuk merujuk pada penyebutan istrinya, Atalia Praratya. Hal itu dapat dilihat salah satunya dari konkordansi berikut.

Alhamdulillah, operasi bedah untuk
Bu

Cinta

@ataliapr berlangsung dengan
lancar.

Kemunculan Atalia Praratya sebagai “Bu Cinta” dalam beberapa unggahan di Instagram Ridwan Kamil menunjukkan bahwa Ridwan Kamil melakukan *life streaming*, yakni teknik seorang selebritas yang mengunggah kehidupan dan cerita mengenai pasangan, keluarga atau hal-hal personal lainnya (Marwick, 2013). Hal itu ditunjukkan untuk meyakinkan masyarakat bahwa seorang politikus merupakan manusia biasa yang juga memiliki “keluarga” dan “pasangan” sehingga masyarakat akan merasa dekat karena seolah-olah mengenal keluarga seorang politikus melalui cerita atau foto yang diperlihatkan dalam media sosial (Iqbal, 2022; Liebhart & Bernhardt, 2017). Kata “cinta” yang sebelumnya merupakan penanda kosong dikonkretkan dan dipersempit maknanya oleh Ridwan Kamil dengan merujuk pada istrinya yang dengan itu ia dapat melakukan salah satu teknik yang lazim dilakukan oleh politikus selebritas untuk mulai membangun popularitas dan kuasanya, yakni teknik *life streaming* atau membagikan kehidupan pribadi. Perasaan kedekatan antara konstituen dan penguasa atau politikus selebritas melalui teknik membagikan kehidupan pribadi kemudian menciptakan rantai kesetaraan (*chain of equivalence*) dengan konstituennya. Melalui rantai kesetaraan, politikus akan mudah mendapatkan dukungan dari konstituen dan memenangkan pertarungan hegemoni karena seolah-olah melebur dan mendukung suatu wacana yang sedang diperjuangkan dari konstituennya (Laclau & Mouffe, 2008).

Selain melalui teknik membagikan kehidupan pribadi dengan menampilkan sosok pasangan atau istri sampai keluarga, rantai kesetaraan yang hendak diciptakan Ridwan Kamil juga dapat dilihat melalui banyaknya kemunculan kata “saya”, “kita”, dan “warga” ketika Ridwan Kamil menjabat Wali Kota Bandung. Konkordansi pada kata “saya” kerap bersanding dengan kata “hadir” dan kata “kita” kerap bersanding dengan “kokoh” dan “kuat”.

Saya	hadir	di Masjid Daarut Tauhid, Gerlong.
Agar	kita	kuat dan kokoh dalam fisik dan spritual. Semangat ya.

Menurut Rokhman dan Surahmat (2016), kelas kata pronomina dalam ragam bahasa politik dapat memperlihatkan bagaimana seorang politikus menentukan posisinya dalam menyikapi suatu persoalan. Dalam konteks Ridwan Kamil, kelas kata pronomina baru muncul ketika dirinya menjabat sebagai Wali Kota Bandung 2013. Hal tersebut mengimplikasikan bahwa ketika memiliki kuasa, Ridwan Kamil mulai memperlihatkan posisinya sebagai penguasa yang seolah-olah melebur dengan masyarakat. Implikasi tersebut dapat dilihat dari kemunculan pronomina “saya” yang lebih banyak digunakan dengan 915 kali kemunculan dibandingkan pronomina lain seperti “kita” dan “kami”. Meskipun pronomina “saya” memiliki tendensi untuk menunjukkan posisi diri sebagai penguasa, kata tersebut kerap bersanding dengan kata

“hadir”. Ini menandakan bahwa Ridwan Kamil ingin menghadirkan dirinya sebagai subjek politik yang melebur dengan masyarakat untuk menciptakan rantai kesetaraan. Proses peleburan tersebut juga diperkuat melalui kemunculan pronomina “kita” yang memosisikan pemerintah dengan masyarakat sejajar. Hal itu dapat dilihat dari konkordansi “kita” dengan “kokoh” dan “kuat” yang mengungkapkan bahwa antara Ridwan Kamil sebagai pemerintah dan masyarakat sama-sama memiliki ketangguhan yang sama. Selain itu, tidak munculnya kata “kami” dalam delapan kata paling banyak digunakan Ridwan Kamil saat menjabat Wali Kota juga mengimplikasikan bahwa Ridwan Kamil hendak menghilangkan sekat posisi antara penguasa dan masyarakat. Hal itu karena kata “kami” memiliki antonim dari “mereka” yang kerap menjadi penegas posisi penguasa dan masyarakat (Rokhman & Surahmat, 2016).

Kehadiran dan usaha untuk meleburkan diri dengan masyarakat juga dilakukan Ridwan Kamil dengan kemunculan kata “warga”. Jika dilihat dari konkordansinya, kata “warga” yang merujuk pada sekelompok masyarakat di Kota Bandung kerap bersanding dengan kata “negara” seperti dalam konkordansi berikut.

Hanya untuk warga yang tidak mampu. Negara yang mendatangi warga bukan selalu warga yang mendatangi negara.

Ridwan Kamil memosisikan diri sebagai “negara” yang berulang kali menulis kalimat “negara yang mendatangi warga bukan selalu warga yang mendatangi negara”. Ini menandakan bahwa meskipun Ridwan Kamil menciptakan rantai kesetaraan, posisi dirinya sebagai “negara” menjadi pembeda dengan masyarakat. Hal ini disebut Laclau & Mouffe (2008) sebagai *logic of difference*, yakni entitas-entitas yang berbeda dan menjadi pembeda dari suatu subjek politik atau kelompok yang sebelumnya telah melebur karena rantai kesetaraan. Ridwan Kamil yang telah menciptakan rantai kesetaraan di dalam masyarakat yang ia pimpin tetap memegang kontrol atas hegemoni dengan mengibaratkan dirinya sebagai “negara”. Dengan kata lain, Ridwan Kamil sebagai “pemerintah” atau “negara” tidak kehilangan identitasnya sebagai penguasa meskipun telah melebur dan mengaburkan relasi kuasanya dengan masyarakat dalam rantai kesetaraan.

Untuk memperkuat legitimasi posisinya sebagai penguasa, Ridwan Kamil juga melakukan jejaring dan menampilkan diri bersama figur publik yang dikenal dan “dipandang baik” oleh masyarakat. Hal itu dapat dilacak dengan munculnya kata “bersama” pada periode sebelum menjabat Wali Kota dengan 13 kemunculan dan saat menjabat Wali Kota dengan 344 kemunculan. Ridwan Kamil kerap mengunggah foto-foto dan takarir dengan kata “bersama” yang menjelaskan kebersamaan dirinya dengan artis atau figur publik. Dari mulai Ahok, Anies Baswedan, Ariel Peterpan, hingga Jokowi yang kala itu masih menjabat Gubernur DKI Jakarta.



Gambar 2 Unggahan Ridwan Kamil berpose dengan Jokowi

Hal ini dapat dilihat dari unggahan Ridwan Kamil yang tengah berjabat tangan dengan Jokowi seperti dalam Gambar 2. Melalui foto dirinya yang sedang berpose dengan artis atau figur publik yang dirasa dapat dikenali banyak orang seperti unggahan di atas, Ridwan Kamil seolah-olah mendapatkan dukungan dari figur publik yang ditemuinya. Selain itu, dengan bertemu seorang figur publik tertentu Ridwan Kamil juga akan diketahui oleh para audiens yang sebelumnya hanya mengetahui figur publik seperti Jokowi dan seterusnya. Menurut *Street (2004)*, hal tersebut dilakukan politikus selebritas seperti Ridwan Kamil untuk meningkatkan status dan klaim mereka di mata masyarakat. *Marwick (2013)* menyebutnya sebagai *micro-celebrity* atau selebritas mikro yang merujuk pada cara seorang selebritas berinteraksi—terutama dengan teman selebritas dan penggemar—untuk membentuk suatu persepsi dan klaim tentang seorang selebritas tersebut. Dengan demikian, meskipun identitas diri Ridwan Kamil secara legitimasi politik telah diakui memiliki kuasa sebagai Wali Kota, melalui jejaring dan penampilan dirinya bersama figur publik tertentu dapat semakin memperkuat klaim posisinya sebagai penguasa.

Mempertahankan Identitas Politikus Selebritas sebagai Proyek Hegemoni Kekuasaan

Jabatan berbeda yang dimiliki Ridwan Kamil memengaruhi kata-kata yang dituliskan dalam unggahan takarir di Instagram dan identitas politikus selebritasnya. Kata “Bandung” yang sebelumnya sering muncul tergantikan oleh kata-kata yang memiliki asosiasi dengan jabatan Gubernur seperti “Barat”, “Jawa”, sampai “Jabar”. Hal itu sejalan dengan argumen *Street (2003)* yang mengatakan bahwa politikus selebritas merupakan seorang aktor yang melihat politik sebagai pertunjukan. Dengan kata lain, politikus akan menyesuaikan tempat-tempat sampai konvensi pertunjukan dan penonton mereka (*Street, 2003*) yang juga bisa diartikan sebagai analogi dari jabatan atau suatu daerah yang

sedang dipimpinnya. Kata-kata yang sering muncul tersebut merupakan representasi dari nilai, strategi, sampai jabatan yang sedang dijalankan Ridwan Kamil sebagai pemimpin daerah.

Kata “Bandung” dan “Jawa Barat” yang dominan ketika Ridwan Kamil memiliki jabatan negara merupakan titik nodal dari medan wacana yang hendak dibentuk Ridwan Kamil. Wacana-wacana dalam setiap periode jabatan Ridwan Kamil mengerucut pada titik nodal yang dengan itu ia sedang menunjukkan dirinya di Instagram sebagai pemimpin dari suatu wilayah, yakni “Bandung” sampai “Jawa Barat”. Hal itu dapat dilihat dari konkordansi berikut.

Tahun 2023 juga tahun terakhir saya sebagai	Gubernur Jawa Barat	Mohon maaf lahir batin jika ada kekurangan.
Warisan zaman saya	Walikota Bandung .	Inspirasinya dari San Francisco Tram.

Selain itu, periode ketika dirinya menjadi Gubernur merupakan periode dengan token takarir terbanyak, yaitu 203.542 token dari 3.136 unggahan. Pada periode ini, Ridwan Kamil menampilkan unggahan yang berfokus pada teks takarir alih-alih hanya visual yang minim takarir sebagaimana yang dilakukan olehnya pada periode sebelum menjabat Wali Kota. Dengan kata lain ketika menjabat Gubernur, Ridwan Kamil berusaha untuk menjelaskan konten-konten yang diunggahnya lebih panjang dan detail. Usaha-usaha itu menandakan adanya klarifikasi yang banyak dituliskannya dalam beberapa unggahan ketika menjadi Gubernur. Banyaknya klarifikasi yang ditulis mengimplikasikan bahwa ketika menjabat sebagai Gubernur, Ridwan Kamil mengalami dislokasi (konflik sementara) dengan suatu kelompok masyarakat yang kemudian menciptakan antagonisme (konflik yang menghasilkan dua kubu tetap) dalam suatu pertarungan hegemoni yang dapat dilihat melalui wacana yang diproduksi (Laclau & Mouffe, 2008).

Dislokasi yang terjadi itu salah satunya bisa dilihat dari hilangnya kata “masjid” dan munculnya kata “Allah” yang keduanya memiliki titik nodal dalam wacana keislaman pada periode ketika Ridwan Kamil menjadi Gubernur. Hal itu dapat dilihat pada tabel 2.

Kami menemukan bahwa sepanjang menjadi Gubernur, Ridwan Kamil setidaknya mengalami dua kali dislokasi yang berkaitan dengan “masjid”. *Pertama*, ketika Masjid Al-Safar yang dia rancang dituduh memiliki bentuk menyerupai simbol illuminati (Wulansari, 2019, hlm. 8). Merespons dislokasi tersebut, Ridwan Kamil kemudian melakukan klarifikasi di Instagramnya.

Allah SWT menganugerahi saya daya imajinasi...Jika hasilnya ditafsir macam-macam, itu dipersilakan...Saya tidak perlu marah terhadap tafsir,

yang penting saya jelaskan bahwa jika Masjid Al Safar dikatakan sebagai implementasi dari simbol2 iluminati itu adalah kesimpulan KELIRU. Karena itu tidak benar dan tidak dimaksudkan... Isu ini pernah dihebohkan oleh pihak yang sama di zaman pilgub 2018 untuk menjelekkkan saya saat kampanye. Saya sudah maafkan, move on dan saya hanya berdoa. Alhamdulillah, Allah SWT ternyata lebih mengabulkan doa saya, bukan doa dan harapan mereka...

Tabel 2 Frekuensi Kata dari Korpus Akun Instagram Ridwan Kamil 2013-2023

No.	Sebelum Jadi Wali Kota		Wali Kota		Gubernur	
	Kata	Frekuensi	Kata	Frekuensi	Kata	Frekuensi
1.	Bandung	56	Bandung	1.924	Barat	2.051
2.	pagi	26	saya	915	Jawa	2.038
3.	selamat	25	warga	753	kita	1.312
4.	bdg	22	kita	653	saya	1.189
5.	galaxynoteii	17	anak	590	Jabar	786
6.	taken	16	bersama	344	anak	738
7.	bersama	13	cinta	313	Allah	683
8.	masjid	5	masjid	284	bersama	460

Sumber: Hasil Olahan Penulis

Pada unggahan klarifikasi mengenai masjid, kata pertama yang dia tulis adalah “Allah” yang merujuk pada Tuhan dari agama Islam. Dia hendak mengatakan bahwa masjid yang didesain merupakan “imajinasi yang dianugerahi oleh Allah” dan karena itu ia memanfaatkan untuk menciptakan inovasi dan perubahan sebagai pemimpin masyarakat salah satunya melalui desain masjid. Ridwan Kamil mulai menggeser kata “masjid” yang selama menjadi Wali Kota telah membangun citra dirinya sebagai pemimpin islami dengan kata “Allah” yang umum dan lebih sulit menimbulkan dislokasi. Dari unggahan itu, Ridwan Kamil seolah-olah menyadari bahwa tafsir terhadap masjid dan bangunan itu bermacam-macam dibandingkan Allah yang tidak multi tafsir dalam wacana keislaman. Hal itu menjadi faktor penurunan dan hilangnya frekuensi kata “masjid” selama dirinya menjabat sebagai Gubernur. Selain itu, Ridwan Kamil juga menekankan kata “mereka” yang diklaim olehnya merupakan “kelompok yang sama” yang pernah memfitnahnya ketika kampanye dalam takarir tersebut. Artinya, Ridwan Kamil hendak menegaskan “mereka” sebagai kelompok yang mencoba melakukan dislokasi terhadap wacana “masjid” dan mengklaim bahwa dalam dislokasi tersebut, tercipta antagonisme antara “mereka” dan “kami” yang merujuk pada kelompok pembenci dan pendukung Ridwan Kamil saat kampanye Pilgub. Kendati demikian, dislokasi tersebut gagal menjadi antagonisme karena tidak berlangsung lama dan berhenti ketika Ridwan Kamil

melakukan klarifikasi tersebut atau dengan kata lain, Ridwan Kamil “memenangkan” pertarungan wacana tentang masjid tersebut.

Meskipun dapat dikatakan memenangkan dan memegang kendali atas pertarungan hegemoni tersebut, dislokasi mengenai “masjid” atau suatu wacana tidak selamanya hilang karena pertarungan hegemoni akan selalu ada dalam suatu wacana (Tohari dkk., 2022). Dislokasi *kedua* tentang “masjid” kembali muncul terkait dana yang dianggarkan untuk membangun beberapa masjid di Jawa Barat. Salah satu yang dipermasalahan adalah dana pembangunan Masjid Al-Jabbar yang diutarakan oleh akun @outstandjing. Dislokasi yang diajukan @outstandjing setidaknya mengkritik bahwa dana APBD yang banyak dianggarkan untuk pembangunan masjid seharusnya dialihkan pada transportasi publik yang menurutnya sudah sangat memprihatinkan.



Gambar 3 Unggahan Ridwan Kamil tentang Tangkapan Layar Komentar

Membalas dislokasi tersebut, Ridwan Kamil melakukan klarifikasi bahwa dana yang dianggarkan untuk pembangunan masjid telah disepakati bersama oleh DPR dan DPRD. Hal itu diunggah Ridwan Kamil di akun Instagramnya sebagaimana tertera dalam Gambar 3. Berbeda dari dislokasi *pertama* tentang masjid, di sini Ridwan Kamil tidak menggunakan kata “Allah” dari takarir maupun balasan komentar terhadap dislokasi yang diutarakan akun @outstandjing di unggahan tersebut. Hal itu membuat dislokasi tersebut terus berlangsung dan menciptakan antagonisme karena kedua belah pihak tetap berpegang pada argumennya masing-masing yang sifatnya lebih multi-tafsir. Menariknya, dislokasi yang diajukan @outstandjing sebenarnya bermula di media sosial Twitter, tetapi Ridwan Kamil memindahkan diskursus dan pertarungan hegemoni itu ke Instagram pribadinya. Dislokasi tersebut kemudian menciptakan antagonisme dua kubu dalam wacana “masjid”, antara pendukung @outstandjing di Twitter dan Ridwan Kamil di Instagram. Ridwan Kamil beralasan bahwa ia lebih terbiasa menggunakan Instagram dibandingkan Twitter. Namun, respons terhadap pertarungan hegemoni dari dua platform itu berbeda. Hal itu disebabkan Ridwan Kamil memiliki *fandom* politik di Instagram yang telah ia bangun sebelum dirinya memiliki jabatan negara. Menurut Street

(2018, hlm. 11) seorang politikus selebritas lazim memiliki *fandom* karena telah mengubah panggung politik menjadi hiburan, sebagaimana Donald Trump memiliki *fandom* di Twitter yang diibaratkan layaknya kesetiaan seorang suporter terhadap klub sepak bola.

Mekanisme klarifikasi seperti itu memang lazim dilakukan Ridwan Kamil dalam menanggapi kritik atau fitnah ketika menjabat Gubernur. [Besman & Santoso \(2017\)](#) mengungkapkan bahwa pola komunikasi yang diterapkan Ridwan Kamil memang mengalami perubahan yang saat menjadi Wali Kota lebih santai dalam menanggapi beragam fitnah, lalu berubah jadi serius dan tidak segan untuk melakukan jajak pendapat serta mengunggah tangkapan layar tentang fitnah atau kritik yang diterimanya di Instagram ketika menjadi Gubernur. Hal tersebut juga dapat dilihat ketika Ridwan Kamil menyematkan komentar seorang guru dengan nama akun @sabilfadillah di salah satu unggahan Instagram Ridwan Kamil. Akun tersebut mempertanyakan “identitas” Ridwan Kamil dengan menggunakan pronomina “*maneh*” atau kamu yang dianggap sebagai bahasa yang kasar dalam bahasa Sunda ([Winiharti, 2021](#)). Karena disematkan dan dibalas juga dengan pronomina “*maneh*” oleh Ridwan Kamil di kolom komentar, para pengikut Ridwan Kamil kemudian melakukan persekusi terhadap akun @sabilfadillah. Tidak hanya persekusi, pekerjaan akun @sabilfadillah sebagai guru harus diberhentikan akibat komentarnya itu. Beberapa hari berselang setelah berita pemberhentian itu muncul, Ridwan Kamil kembali melakukan klarifikasi.

Menyikapi hadirnya berita bahwa ada guru SMK diberhentikan oleh yayasannya karena mengkritik saya, yang membuat saya juga kaget, dengan ini saya sampaikan klarifikasi.

Berbagai antagonisme di atas membuktikan bahwa Ridwan Kamil telah berhasil menampilkan identitas politikus selebritas yang cair dan dengan itu ia melakukan proyek hegemoni kekuasaan atau mendominasi pertarungan hegemoni. Karena telah menghegemoni, Ridwan Kamil kemudian secara tidak langsung mengarahkan para pengikutnya menyerang subjek politik lain yang mengkritik atau melakukan *counter hegemony* terhadap wacana yang dibentuk Ridwan Kamil. Hal itu berhasil dilakukan Ridwan Kamil karena sebelum menjabat Gubernur, ia telah membangun citra politikus selebritas dan menciptakan rantai kesetaraan untuk mendapatkan dukungan dari para konstituennya yang kemudian berubah menjadi pendukungnya (*fandom*).

Di sisi lain, meskipun identitas politikus selebritas telah berhasil digunakan Ridwan Kamil untuk memperoleh dan mengukuhkan kuasanya, Ridwan Kamil tetap mempertahankan identitas politikus selebritas ketika menjadi Gubernur. Hal tersebut dilakukan agar Ridwan Kamil tetap mendapatkan dukungan dan berada pada posisi dominan dalam pertarungan hegemoni meskipun dislokasi dan antagonisme akan selalu terjadi. Ridwan Kamil mempertahankan politikus selebritas dengan gencar melalui teknik mikro selebritas yang juga bertemali dengan citra diri (*self-branding*) Ridwan Kamil yang

lebih islami ketika dirinya menjabat Gubernur Jawa Barat. Teknik mikro selebritas Ridwan Kamil ketika menjadi Gubernur dapat dilihat dari intensitas frekuensi kata “bersama” sebanyak 460 kemunculan yang jika dilihat konkordansinya banyak yang merujuk pada tokoh-tokoh Islam atau pemuka agama Islam sebagai berikut.

bersama para	ulama	Jawa Barat dalam rangka menyambut bulan suci.
bersama para	kiayi	dan ulama di mui jawa barat
bersama	Al ustadz	adi hidayat @ustadzadihidayat, pemprov jabar memulai program beasiswa

Konkordansi kata “bersama” pemuka agama Islam yang ditulis Ridwan Kamil di atas tidak muncul pada konkordansi yang sama sebelum menjabat Gubernur. Hal itu menunjukkan bahwa saat menjadi Gubernur, Ridwan Kamil melakukan teknik mikro selebritas dengan berkegiatan bersama para pemuka agama Islam untuk memperkuat klaim bahwa dirinya adalah pemimpin yang memiliki citra Islami. Hal itu juga diperkuat dari faktor perilaku pemilih masyarakat Sunda dan Jawa Barat saat Pilgub 2018 yang memilih Ridwan Kamil karena faktor kesamaan agama, yakni agama Islam dan mengusung tokoh ulama Uu Ruzhanul Ulum sebagai wakilnya (Herdiansah & Al-Banjari, 2023). Dengan demikian, Ridwan Kamil ingin memperkuat faktor “kesamaan agama” tersebut ketika dirinya menjabat Gubernur yang ditandai dari konkordansi “bersama ulama” di atas serta penggunaan frekuensi kata “Allah” sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya.

Selain memperkuat citra diri sebagai pemimpin Islami, Ridwan Kamil juga tetap melakukan teknik membagikan kehidupan pribadinya melalui kata “anak”. Meskipun jika dilihat dari konkordansinya banyak yang merujuk pada ajakan dan seruan kepada “anak muda” di Jawa Barat, terdapat beberapa unggahan yang juga menampilkan anak kandung Ridwan Kamil melalui penggunaan kata “anak”. Salah satu yang menarik perhatian adalah penggunaan kata “anak kami” pada unggahan tentang musibah yang menimpa anak Ridwan Kamil, Emmeril Kahn Mumtadz atau Eiril yang meninggal di Sungai Aare. Unggahan tersebut menarik banyak perhatian orang dan bahkan menjadi unggahan dengan *likes* atau penyuka terbanyak dari seluruh konten yang pernah diunggah Ridwan Kamil, yakni 4 juta orang lebih. Bahkan, lima unggahan dengan jumlah penyuka terbanyak di periode ketika Ridwan Kamil menjabat Gubernur merupakan konten mengenai meninggalnya Emmeril sebagaimana yang dapat dilihat dari Tabel 3.

Menurut Firmansyach dan Aesy (2022), meninggalnya Emmeril memengaruhi elektabilitas Ridwan Kamil di media sosial dan membuat masyarakat di Indonesia bersimpati lalu melihat lebih jauh sosok Ridwan Kamil sebagai ayah maupun hal-hal lain

yang akhirnya meningkatkan elektabilitasnya. Ini memperkuat argumen Street (2003, hlm. 94) bahwa politikus selebritas melakukan suatu pertunjukan (performance) yang berbeda-beda termasuk ketika melakukan duka cita agar tetap bisa menarik perhatian audiens. Meskipun kurang lazim, reproduksi konten mengenai meninggalnya Emmeril masih dilakukan Ridwan Kamil dalam beberapa kesempatan yang menandakan bahwa melalui hal itu dirinya masih melakukan teknik membagikan kehidupan pribadi yang personal sampai kini. Bahkan, foto profil Instagram Ridwan Kamil sempat bersanding dengan Emmeril (per 11 Juni 2023) dan berubah sekira bulan Agustus 2023.

Tabel 3 Lima Unggahan @ridwankamil dengan Jumlah Suka Terbanyak

No.	Takarir	Jumlah Suka
1.	Wahai Sungai Aare, Sebagai sesama mahluk Allah SWT, aku titipkan jasad anak kami kepadamu...	4,805,532
2.	Allahu Akbar!	3,383,511
3.	Akhirnya Engkau memberikan kesempatan saya untuk kembali memeluk, membelai dan memandikan anak saya sesuai syariat Islam, juga mengadzankan dengan sempurna di telinganya persis seperti saat Eril lahir.	3,019,728
4.	Ijinkan saya selaku ayahanda Eril, untuk memberi kesaksian atas kiprah dan semangat hidupnya selama ini.	2,968,879
5.	Dear Eril, Sudah aku siapkan sebuah tempat yang istimewa.	2,847,732

Sumber: Hasil Olahan Penulis

KESIMPULAN

Identitas politikus selebritas yang mengadopsi budaya selebritas secara performatif ditunjukkan Ridwan Kamil di akun Instagramnya untuk memperoleh popularitas dan kekuasaan. Sebelum mendapatkan jabatan politik, Ridwan Kamil membangun citra dan identitas politikus selebritas dengan membangun citra diri (*self-branding*) melalui dominasi visual. Hal itu dilakukan untuk memperkenalkan dirinya dengan menunjukkan ciri-ciri fisiknya agar lebih bisa dikenali publik. Ketika memiliki jabatan politik, Ridwan Kamil kerap mengunggah cerita tentang keluarganya dan istrinya melalui teknik membagikan kehidupan pribadi (*life streaming*). Melalui teknik itu, Ridwan Kamil menciptakan rantai kesetaraan (*chain of equivalence*) agar para pengikut dan konstituennya merasa akrab dengan salah satunya melalui pengulangan kata “saya hadir” dan kelas kata pronomina “kita” di takarir Instagramnya. Kendati demikian, rantai

kesetaraan itu justru merupakan ilusi kedekatan karena Ridwan Kamil tetap menunjukkan dirinya sebagai penguasa dengan berulang kali menyatakan diri sebagai “negara” yang datang ke warga. Untuk memperkuat klaim kekuasaan dan melestarikan popularitasnya itu, Ridwan Kamil berelasi dengan figur publik melalui teknik selebritas mikro (*micro-celebrity*). Setelah membangun identitas politikus selebritas dan memperoleh kekuasaan sebagai Gubernur, Ridwan Kamil mempertahankan identitas itu sebagai proyek hegemoni yang terus berlangsung dengan menuliskan takarir yang lebih banyak dibandingkan periode ketika dirinya masih menjabat Walikota. Selain itu, Ridwan Kamil juga memperkuat citra dirinya sebagai figur yang dekat dengan Islam dan sosok bapak yang menyayangi anaknya untuk mempertahankan ilusi kedekatan dan identitas politikus selebritas yang telah ia bangun sebagai proyek hegemoni.

Artikel ini berargumen bahwa identitas politikus selebritas merupakan proyek hegemoni karena rantai kesetaraan yang diciptakan dan cara yang digunakan politikus selebritas untuk memperoleh popularitas memberikan ilusi kedekatan. Popularitas kemudian menjadi sama pentingnya dengan gagasan politik dan bahkan dapat menutupi kekurangan serta bobroknya suatu gagasan yang dimiliki seorang politikus. Hal itu dapat terjadi karena popularitas sebagai hasil dari konstruksi identitas politikus selebritas dapat memperkuat kuasa politikus yang bisa digunakan untuk menghegemoni konstituen atau audiens lain di era demokrasi internet tanpa perlu susah payah mengajukan suatu gagasan politik.

DAFTAR PUSTAKA

- Anthony, L. (2004). *AntConc: A Learner and Classroom Friendly, Multi-Platform Corpus Analysis Toolkit*.
- Anthony, Laurence. (2023). *Common statistics used in corpus linguistics*.
- Asidiky, Z., Sujatna, E. T. S., Sidiq, I. I., & Darmayanti, N. (2022). A multimodal critical discourse analysis of Ridwan Kamil’s weekly Subuh Berjamaah Instagram posts. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 43(3), 591–598. <https://doi.org/10.34044/j.kjss.2022.43.3.08>
- Azizah, A., Mustika, I., Bias Primndhika, R., & Siliwangi, I. (2020). Analisis Tindak Tutur Caption dalam Instagram Ridwan Kamil. *Parole: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 3(3), 2020.
- Barker, C. (2014). *Kamus Kajian Budaya* (H. B. Putranto & N. Arya, Ed.). Yogyakarta: Kanisius.
- Barthes, R. (1977). Rhetoric of the Image. Dalam S. Heat (Ed.), *Image Music Text*. London: Fontana Press.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality*. London: Penguin Books.

- Besman, A., & Santoso, M. B. (2017). Perubahan Pola Pencitraan Ridwan Kamil dalam Pilwakot Bandung 2013 dan Pemilihan Gubernur Jawa Barat 2018. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Widya Praja*, 43(2), 111–124. <https://doi.org/10.33701/jipwp.v43i2.53>
- Burdick, A., Drucker, J., Lunenfeld, P., Presner, T., & Schnapp, J. (2012). Humanities to Digital Humanities. Dalam *Digital Humanities*. Mit Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9248.003.0003>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publication.
- Ekman, M., & Widholm, A. (2014). Twitter and the Celebritisation of Politics. *Celebrity Studies*, 5(4), 518–520. <https://doi.org/10.1080/19392397.2014.981038>
- Eliya, I., & Zulaeha, I. (2017). Model Komunikasi Politik Ridwan Kamil di Media Sosial Instagram. *Dialektika*, 206–223.
- Fathiroh, A., & Hapsari, N. F. (2017). The Celebrification of a Politician on Instagram: A Case Study of @Ridwankamil. *Allusion*, 06, 17–30.
- Firmansyach, R., & Aesy, U. S. (2022). Analisis Pengaruh Meninggalnya Emmeril Terhadap Elektabilitas Ridwan Kamil Menggunakan Naïve Bayes. *Journal Information Engineering and Educational Technology*, 6(2), 86–89. <https://doi.org/10.26740/jieet.v6n2.p86-89>
- Fitriyani, I. N. (2023). Komunikasi Politik Ridwan Kamil dalam Membangun Personal Branding di Media Sosial: Pendekatan Semiotik. *Jurnal Komunikasi Peradaban*, 1(1).
- Forchtner, B. (2010). *Jürgen Habermas' Language-Philosophy and the Critical Study of Language*. 4(1), 18–37. Diambil dari <http://cadaad.net/>
- Gramsci, A. (1971). *Selections from The Prison Notebooks of Antonio Gramsci*. New York: International Publishers.
- Harsari, I. S., & Hidayat, A. (2022). Analisis Prinsip Kerja Sama dalam Kolom Komentar Instagram Ridwan Kamil (Kajian Pragmatik). *Jurnal Iswara*, 1(2), 49–59. <https://doi.org/10.20884/1.iswara.2022.2.1.6274>
- Herdiansah, A. G., & Al-Banjari, H. M. (2023). Refleksi Budaya Politik dan Perilaku Memilih Suku Sunda. *POLITIKA: Jurnal Ilmu Politik*, 14(1).
- Husna, F. (2018). Retorika Simbol Islam Pada Akun Instagram Ridwan Kamil. *Jurnal Komunikasi Global*, 7(1). <https://doi.org/10.24815/jkg.v7i1.10521>
- Iqbal, M. (2022). Digital Storytelling Marketing Politik di Instagram: Analisis Isi Kualitatif Akun Instagram @ridwankamil pada Pilkada Jabar 2018. Universitas Pasundan, Bandung.

- Julita, K., & Nurhayati, I. K. (2020). Representasi Ayah Ideal Pada Media Sosial (Analisis Multimodal pada Foto dalam Akun Instagram @Ridwankamil dan @Sandiuno). *e-Proceeding of Management*, 7(2), 4960–4974.
- Kirschenbaum, G. M. (2010). What is Digital Humanities and What's it Doing in English Departments? *Ade Bulletin*, 1–7. <https://doi.org/10.1632/ade.150.55>
- Laclau, E., & Mouffe, C. (2008). *Hegemoni dan Strategi Sosialis*. Yogyakarta: Resist Book.
- Latif, Y., Ibrahim, I. S., Heryanto, A., Anderson, B. R. O., & dkk. (1996). *Bahasa dan Kekuasaan: Politik Wacana di Panggung Orde Baru* (Y. Latif & I. S. Ibrahim, Ed.). Bandung: Mizan.
- Liebhart, K., & Bernhardt, P. (2017). Political Storytelling on Instagram: Key Aspects of Alexander van der Bellen's Successful 2016 Presidential Election Campaign. *Media and Communication*, 5(4), 15–25. <https://doi.org/10.17645/mac.v5i4.1062>
- Marwick, A. Emily. (2013). *Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age*. New Haven & London: Yale University Press.
- McKernan, B. (2011). Politics and Celebrity: A Sociological Understanding. *Sociology Compass*, 5(3), 190–202. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2011.00359.x>
- Muldani, T., & Nurani Muksin, N. (2022). Ridwan Kamil's Political Publicity Through Instagram in Context to the 2024 Election. *Enrichment: Journal of Management*, 12(3), 2265–2271.
- Munandar, H., & Suherman, M. (2016). Aktivitas Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil di Media Sosial. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 2(1).
- Mutiah, T., Mirat La Ode, Y., Raharjo, A., & Suratradi, P. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram @Ridwankamil sebagai Upaya Meningkatkan Pelayanan Publik. *Jurnal Akrab Juara*, 7, 271–282. <https://doi.org/10.58487/akrabjuara.v7i2.1850>
- Najmatullail, R. (2022). Analisis Genre dan Register dalam Unggahan Instagram (Foto dan Takarir) Ridwan Kamil. *Linguistik: Jurnal Bahasa & Sastra*, 7(2), 235–240. <https://doi.org/10.31604/linguistik.v7i2.235-240>
- Piliang, Y. A., & Jaelani, J. (2018). *Teori Budaya Kontemporer: Penjelajahan Tanda dan Makna*. Yogyakarta: Cantrik Pustaka.
- Prafitasari, R. (2016). Representasi Pemimpin Pemerintahan yang Digambarkan Melalui Media Sosial Instagram Walikota Bandung Ridwan Kamil. *Jurnal Unair*.

- Prawira, M. S. P., & Candraningrum, A. D. (2020). Karakteristik Populisme Gubernur Jawa Barat (Ridwan Kamil) dalam Postingan Instagram 27 Mei 2018 - 27 Juni 2018. *Koneksi*, 4(2). <https://doi.org/10.24912/kn.v4i2.8230>
- Purwaramdhona, A. B., Hidayatullah, M. I., & Rahayu, L. M. (2023). Rekonstruksi Sejarah dalam Kumpulan Puisi Dari Batavia Sampai Jakarta Melalui Pembacaan Jauh Berbasis Korpus. *Paradigma: Kajian Budaya*, 13(2). <https://doi.org/10.17510/paradigma.v13i2.1384>
- Rahayu, T. P. (2006). Politik Identitas Anak-anak dalam Iklan Anak-anak. *Media Masyarakat Kebudayaan dan Politik*, 19(2).
- Ramadhan, G. A., & Fitriana, A. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil Dalam Membangun Personal Branding di Social Media Tiktok dan Instagram. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(15), 255–263.
- Ratna, N. K. (2010). *Metodologi Penelitian: Kajian Budaya dan Humaniora Pada Umumnya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rear D, & Jones A. (2013). Discursive Struggle and Contested Signifiers in the Arenas of Education Policy and Work Skills in Japan. *Critical Policy Studies*, 7(4), 375–394. <https://doi.org/10.1080/19460171.2013.843469>
- Rokhman, F., & Surahmat. (2016). *Politik Bahasa Penguasa*. Jakarta: Kompas.
- Rustandi, D., & Yusanto, F. (2021). Postkomodifikasi Media Sosial Ridwan Kamil dan Ganjar Pranowo dalam Perspektif Wacana Foucauldian. *Communicatus: Jurnal Ilmu komunikasi*, 5(2), 119–140. <https://doi.org/10.15575/cjik.v5i2.14191>
- Setyawan, A., & Soraya, I. (2020). Efek Media Sosial Dalam Menciptakan “Borderless Communication” Pejabat Publik & Masyarakat (Analisis Komunikasi Interaksional Akun Instagram @Ridwankamil). *Journal Komunikasi*, 11(1).
- Siregar, C. N., Rahmansyah, S., Keahlian, K., Kemanusiaan, I., Rupa, S., & Desain, D. (2019). Persepsi dan Partisipasi Masyarakat terhadap Implementasi Program Jabar Digital dalam Akun Instagram Ridwan Kamil Sebuah Kajian Sosio-Digital. *Jurnal Sositologi*, 18(3). <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2019.18.3.5>
- Street, J. (2003). The Celebrity Politician: Political Style and Popular Culture. Dalam J. C. Corner & D. Pels (Ed.), *Media and the Restyling of Politics: Consumerism, Celebrity and Cynicism*. London: Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781446216804.n5>
- Street, J. (2004). Celebrity Politicians: Popular Culture and Political Representation. *The British Journal of Politics and International Relations*, 6(4), 435–452. <https://doi.org/10.1111/j.1467-856X.2004.00149.x>

- Street, J. (2018). What is Donald Trump? Forms of 'Celebrity' in Celebrity Politics. *Political Studies Review*, 17(1), 3-13. <https://doi.org/10.1177/1478929918772995>
- Stubbs. (1996). Text and Corpus Analysis: Computer-Assisted Studies of language and Culture. Dalam *Text and Corpus Analysis*. Blackwell.
- Suryawati, I. (2021). Political Branding Gubernur Indonesia Melalui Media Sosial. *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2). <https://doi.org/10.35326/medialog.v4i2.1334>
- Tohari, A., Nugraha, M., Khuzaimah, S., Hapsari, M., Muryana, & Sa'adah, F. H. (2022). *Politisasi Politik: Diskursus, Populisme dan Demokrasi (Bagaimana Melakukan Riset Menggunakan Teori Diskursus Laclau)*. Yogyakarta: Tanah Air Beta.
- Utomo, W. P. (2013). Menimbang Media Sosial dalam Marketing Politik di Indonesia: Belajar dari Jokowi-Ahok di Pilkada DKI Jakarta 2012. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 17(1), 67-84.
- Vida, H. D. (2018). Representing "the other woman" in Instagram @trinitytraveler. *Digital Press Social Sciences and Humanities*, 1, 00005. <https://doi.org/10.29037/digitalpress.41234>
- Winiharti, M. (2021). Tipologi Pronomina Persona dalam Bahasa Jawa, Sunda dan Madura. *Ranah: Jurnal Kajian Bahasa*, 2(10), 252-260. <https://doi.org/10.26499/rnh.v10i2.2092>
- Wodak, R. (2001). What CDA Is about—A Summary of Its History Important Concepts and Its Developments. Dalam R. Wodak & M. Meyer (Ed.), *Methods of Critical Discourse Analysis* (hlm. 1-13). London: Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9780857028020.n1>
- Wulansari, A. D. (2019). Era Kebebalan: Penyebaran Pengetahuan Palsu dan Kematian Intelektualitas. *JKAP (Jurnal Kebijakan dan Administrasi Publik)*.
- Zottola, A. (2020). Corpus Linguistics and Digital Humanities. Intersecting Paths. A Case Study from Twitter. *América Crítica*, 4(2), 131-141.