

Kepemimpinan dan Komunikasi Politik Anies Baswedan dalam Penanggulangan Covid-19 di DKI Jakarta

Erni Zuhriyati¹, Muhammad Eko Atmojo², Anang Setiawan³, Vindhi Putri Pratiwi⁴

Program Studi Ilmu Pemerintahan, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

Email: ernizuhriyati@umy.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana pemimpin daerah menciptakan inovasi baru di dalam gaya kepemimpinannya atau disebut dengan e-leadership. Dalam konsep e-leadership ini, salah satu inovasi dalam gaya kepemimpinannya dapat dilihat dari segi komunikasi. Pemimpin diharapkan dapat bertindak cepat, tanggap dan tanggungjawab apalagi di masa pandemi Covid-19. Oleh karenanya, komunikasi yang dilakukan oleh seorang pemimpin harus dilakukan secara efektif dan tepat. Salah satu strategi komunikasi di masa pandemi Covid-19 yaitu melalui media sosial salah satunya Twitter. Dalam penelitian ini, akan melihat kepemimpinan dan komunikasi politik Anies Baswedan dalam penanggulangan Covid-19 di DKI Jakarta. Data dalam penelitian ini diperoleh dari analisis akun Twitter @aniesbaswedan melalui NVivo 12 Plus. Dari hasil olah data diperoleh bahwasannya kepemimpinan Anies dalam penanggulangan Covid-19 memiliki kemampuan yang visioner dan tanggungjawab. Selain itu, Anies mampu memanfaatkan media sosial sebagai platform komunikasi dan hal itu dianggap efektif dilihat dari intensitas komunikasi yang dilakukan melalui akun Twitternya @aniesbaswedan.

Kata Kunci : Leadership, Komunikasi Politik, Media Sosial, Covid-19

PENDAHULUAN

Covid-19 yang begitu menyebar dengan sangat pesat, memaksa negara-negara di dunia untuk bergerak aktif dalam mengupayakan penanganan pandemic ini. membuat seluruh negara merespon dengan bergerak sedemikian rupa untuk dapat menangani krisis ini. Pandemi virus corona ini masuk ke berbagai negara tidak terkecuali Indonesia. Data terakhir per tanggal 29 Januari 2021 menunjukan total Kasus yang terkonfirmasi positif mencapai 1,04 juta, sembuh 842 ribu, dan meninggal 29.331 (Fleischmann, Aritz, & Cardon, 2020).

Pada era modern ini kemajuan akan teknologi komunikasi telah menyebar pada kehidupan umat manusia. Salah satu bentuk kemajuan teknologi komunikasi adalah media baru atau yang di kenal dengan teknologi digital yang kemudian melahirkan

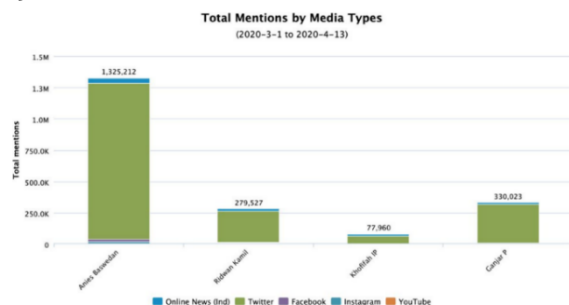
media sosial (social media). Dengan adanya kehadiran media sosial juga mempengaruhi bidang politik. Penelitian yang dilakukan di Amerika Serikat menunjukkan bahwa media sosial adalah alat kampanye yang efektif. Sebelum era media sosial, politisi di Negeri Paman Sam sudah memanfaatkan internet untuk media berkampanye (B. F. Liu, Bartz, & Duke, 2016).

E-Leadership merupakan fenomena dimana kepemimpinan menggunakan media Advanced Information Technology (AIT) dalam proses perubahan perasaan, pemikiran, perilaku, dan/atau kinerja dengan individu, kelompok, dan/atau organisasi (Garcia Carreño, 2020). Dalam kerja tim yang cenderung tersebar secara fisik, E-leadership ternyata sangat efektif dalam menyediakan komunikasi yang teratur, terperinci, dan cepat dengan rekan-rekan mereka dan dalam

peran yang mengartikulasikan hubungan (tanggung jawab) di antara anggota tim virtual (Muslih, 2020). Serta menggunakan membahas praktik komunikasi nonverbal yang mempunyai sumber daya linguistic dan semiotic dalam lingkungan kerja virtual (Neuburger & Egger, 2020).

Pada masa pandemi Covid-19, pemimpin daerah selalu menjadi sorotan publik salah satunya dalam melakukan komunikasi kepada masyarakat dalam penanganan Covid-19. Covid-19 merupakan tantangan yang sangat kompleks, sehingga membutuhkan kepemimpinan yang berkualitas dan kemampuan menghadapi kompleksitas tersebut. Selain itu juga, dalam penanganan Covid-19 seperti saat ini diperlukan komunikasi yang baik dengan memberikan perhatian kepada masyarakat dalam menjawab kekhawatiran, pertanyaan dan keingintahuan masyarakat. Salah satu strategi yang efektif dapat dilakukan dengan membangun komunikasi melalui media sosial. Pada saat ini, terdapat tiga sorotan pemimpin daerah yang aktif melakukan komunikasi melalui media sosial dan salah satunya Anies Basweda. Hal ini seperti terlihat pada gambar 1, bahwasannya Anies memiliki presentase tertinggi dalam menggunakan media sosial sebagai langkah membangun komunikasi kepada masyarakat dalam penanganan Covid-19.

Gambar 1 Aktivitas Komunikasi Pemimpin Daerah di Masa Pandemi COVID-19 melalui Media Sosial



Sumber: Drone Emprit

Dilihat dari gambar diatas, bahwasannya Anies Baswedan memiliki presentase tinggi dalam penggunaan media sosial sebagai platform komunikasi disbanding dengan Ridwan Kamil, Khofifah, dan Ganjar Purnomo. Hal ini juga didukung dengan Anies Baswedan, gubernur DKI Jakarta ini memiliki followers mencapai 3,3 juta pengikut di akun sosial media twitter ini cukup aktif memainkan akun milik pribadi. Anies bahkan sering menyapa dan sering menerima keluh kesah masyarakat kota Jakarta di akun sosial media Twitter. Karena menurut Anies sendiri media sosial Twitter memudahkannya untuk berkomunikasi dengan masyarakat khususnya mengenai pelayanan publik (Huang, 2020).

Pemimpin yang di anggap baik sangat dipengaruhi oleh bagaimana gaya berkomunikasi mereka untuk bisa menggunakan strategi mempengaruhi. Anies Baswedan merupakan orang yang benar-benar di anugrahi dengan gaya berkomunikasi yang luar biasa, hal ini dikarenakan Anies merupakan seorang akademisi yang pada dasarnya sudah terbiasa untuk berkomunikasi di depan umum atau di forum-forum besar. Namun sayangnya gaya berkomunikasi Anies Baswedan dianggap sebagian kalangan terlalu beretorika karena dianggap strategi komunikasi retorika ini seharusnya digunakan untuk bisa mencapai tujuan bersama dan bukan untuk mengediskriminasi orang lain demi kepentingan pribadi. Akun Twitter yang terletak di @aniesbaswedan. Akun Twitter-nya yang sudah terdaftar pada tahun 2010 ini memiliki banyak pengikut sebanyak 3,3 juta pengikut, disini dapat dilihat bahwa pesan-pesan disebarluaskan atau dikirimkan oleh Anies Baswedan dengan media jejaring

sosial twitter akan membaca dan dikenal oleh jutaan pengikut (Habibi, 2018).

Adanya era digitalisasi pada saat ini ikut merubah tatanan social termasuk dalam pembentukan rekonstruksi kepemimpinan. Hal ini juga disampaikan oleh (Wolor, Solikhah, Fidyallah, & Lestari, 2020) bahwasannya Era digitalisasi menciptakan revolusi di dunia industri yang membentuk rekonstruksi konsep kepemimpinan, yang dicap sebagai e-leadership sebagai hasil dari perkembangan teknologi informasi. Selain itu juga kepemimpinan dalam suatu organisasi perlu dikembangkan untuk menciptakan keberhasilan yang diciptakan di suatu organisasi.

Teori e-leadership mempelajari kepemimpinan di lingkungan kerja berkemampuan teknologi yang berdampak pada interaksi potensial, jarak ruang fisik, dan jaringan komunikasi elektronik (Dinh et al., 2014). Oleh karena di era digitalisasi ini mengharuskan seorang pemimpin untuk mencari metode baru untuk mengembangkan kapasitas kepemimpinannya. Karena kualitas pemimpin dianggap sebagai faktor keberhasilan atau kegagalan suatu organisasi.

Salah satu strategi kepemimpinan yang dapat diterapkan di era digitalisasi saat ini yaitu penguasaan teknologi informasi dan komunikasi dan ini sering disebut dengan E-Leadership. E-leadership sebagai proses pengaruh sosial yang tertanam dalam konteks proksimal dan distal yang dimediasi oleh teknologi informasi canggih (AIT) untuk menghasilkan perubahan sikap, perasaan, pemikiran, perilaku, dan performance (C. Liu et al., 2018). Selain mengadopsi teknologi, seorang pemimpin juga harus mengadopsi kepemimpinan adaptif (Hoerudin, 2020). Pemimpin adaptif mampu mengantisipasi suatu peristiwa yang timbul, mengelola masa

depan dan mendorong seseorang untuk melakukan hal yang benar.

Di masa pandemic Covid-19 seperti pada saat ini, peran seorang pemimpin dibutuhkan oleh public terutama komunikasi yang dilakukan oleh seorang pemimpin kepada masyarakatnya. E-leadership memiliki peran dan tanggung jawab di mana para pemimpin dapat berkomunikasi dengan karyawan mereka meskipun mereka tidak berada di kantor yang sama, dan mereka harus memahami teknologi baru untuk memenuhi kebutuhan karyawan dan membangun hubungan antara karyawan (Mohammad, 2009). Karena hal ini akan memberikan persepsi dari masyarakat sendiri dan mampu meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap Tindakan yang dilakukan oleh pemimpinnya. Dengan kondisi yang terbatas, oleh karena komunikasi di masa Covid-19 perlu segera dilakukan dengan efektif dan efisien.

Dalam (Balthazard, Waldman, & Warren, 2009) juga dijelaskan bahwasannya kemampuan e-komunikasi dasar yang baik dan dapat menghindari miskomunikasi dibutuhkan dalam membangun e-leadership. Pandemi Covid-19 juga tidak hanya sebagai krisis Kesehatan saja, melainkan juga adanya krisis komunikasi yang tercipta. Dimana hal ini mengubah tatanan komunikasi social, dimana komunikasi perlu dibangun dengan mengadopsi berbagai media (Possony, 2016). Peran pemimpin sebagai komunikator di masa pandemi Covid-19 memang perlu dilakukan. Seperti yang dikatakan oleh (Indrawan, 2017) bahwasannya komunikasi politik yang terjadi saat ini merupakan sebagai salah satu tujuan untuk membangun opini public. Dengan peran seorang pemimpin dalam melakukan komunikasi di tengah pandemic maka akan menciptakan persepsi public dan juga sebagai politik branding sendiri. Selain itu,

pandangan atau penilai dari public maupun partisipan politik juga akan turut menciptakan framework dalam memberikan pandangan terkait dengan branding politik (Downer, 2016).

Penyampaian informasi kepada masyarakat harus dilakuakn oleh seorang pemimpin dengan baik. Karena apabila informasi disampaikan dengan tidak baik dan tepat maka hal tersebut akan memberikan image yang buruk terhadap kinerja seorang pemimpin (Alvin, 2020). Karena dengan adanya image yang buruk dari masyarakat maka hal tersebut juga akan mempengaruhi legitimasi dan kepercayaan masyarakat terhadap seorang pemimpinnya. Oleh karenanya seorang actor politik dalam melakukan aktivitas komunikasi, informasi yang akan disampaikan perlu adanya penyaringan informasi.

Berangkat dari dari latar belakang di atas, relevansi dari konstruksi E-Leadership dengan kepemimpinan dan komunikasi politik semakin meningkat dimedia social. Hal ini menggeser dan membentuk opini public terhadap tokoh politik dalam penanganan Covid-19 terutama di DKI. Jakarta. Komunikasi politik yang lebih moderen, sehingga ada yang akan di sampaikan akan jauh lebih efektif. yang biasanya telah diprakarsai dan dikelola secara eksklusif oleh aktor-aktor politik. Oleh karena itu hal tersebut sangat menarik untuk diteliti, Twitter yang dapat digunakan untuk diskusi politik dan untuk memengaruhi penilaian kepemimpinan dan komunikasi politik anies baswedan dalam penanggulangan Covid 19 di DKI. Jakarta.

STUDI PUSTAKA

Adanya era digitalisasi pada saat ini ikut merubah tatanan social termask dalam

pembentukan rekontruksi kepemimpinan. Hal ini juga disampaikan oleh (Wolor et al., 2020) bahwasannya Era digitalisasi menciptakan revolusi di dunia industri yang membentuk rekonstruksi konsep kepemimpinan, yang dicap sebagai e-leadership sebagai hasil dari perkembangan teknologi informasi. Selain itu juga kepimpinan dalam suatu oganisasi perlu dikembangkan untuk mencipatakan keberhasilan yang dicipatakan di suatu organisasi.

Teori e-leadership mempelajari kepemimpinan di lingkungan kerja berkemampuan teknologi yang berdampak pada interaksi potensial, jarak ruang fisik, dan jaringan komunikasi elektronik (Dinh et al., 2014). Oleh karena di era digitalisasi ini mengharuskan seorang pemimpin untuk mencari metode baru untuk mengembangkan kapasitas kepemimpinannya. Karena kualitas pemimpin dianggap sebagai faktor keberhasilan atau kegagalan suatu organisasi. Salah satu strategi kepemimpinan yangd apat diterapkan di era digitalisasi saat ini yaitu penguasaan teknologi informasi dan komunikasi dan ini sering disebut dnegan E-Leadership. E-leadership sebagai proses pengaruh sosial yang tertanam dalam konteks proksimal dan distal yang dimediasi oleh teknologi informasi canggih (AIT) untuk menghasilkan perubahan sikap, perasaan, pemikiran, perilaku, dan performance (C. Liu et al., 2018). Selain mengadopsi teknologi, seorang pemimpin juga harus mengadopsi kepemimpinan adaptif (Hoerudin, 2020). Pemimpin adaptif mampu mengantisipasi suatu peristiwa yang timbul, mengelola masa depan dan mendorong seseorang untuk melakukan hal yang benar.

Di masa pandemic Covid-19 seperti pada saat ini, peran seorang pemimpin dibutuhkan oleh public terutama komunikasi yang dilakukan oleh seorang pemimpin kepada

masyarakatnya. E-leadership memiliki peran dan tanggung jawab di mana para pemimpin dapat berkomunikasi dengan karyawan mereka meskipun mereka tidak berada di kantor yang sama, dan mereka harus memahami teknologi baru untuk memenuhi kebutuhan karyawan dan membangun hubungan antara karyawan (Mohammad, 2009). Karena hal ini akan memberikan persepsi dari masyarakat sendiri dan mampu meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap Tindakan yang dilakukn oleh pemimpinnya. Dengan kondisi yang terbatas, oleh karenanya komuniaksi di masa Covid-19 perlu segera dilakukan dengan efektif dan efisien.

Dalam (Balthazard et al., 2009) juga dijelaskan bahwasannya kemampuan e-komunikasi dasar yang baik dan dapat menghindari miskomunikasi dibutuhkan dalam membangun e-leadership. Pandemi Covid-19 juga tidak hanya sebagai krisis Kesehatan saja, melainkan juga adanya krisis komunikasi yang tercipta. Dimana hal ini mengubah tatanan komunikasi social, dimana komunikasi perlu dibangun dengan mengadopsi berbagai media (Possony, 2016). Peran pemimpin sebagai komunikan di masa pandemi Covid-19 memang perlu dilakukan. Seperti yang dikatakan oleh (Indrawan, 2017) bahwasannya komunikasi politik yang terjadi saat ini merupakan sebagai salah satu tujuan untuk membangun opini public. Dengan peran seorang pemimpin dalam melakukan komunikasi di tengah pandemic maka akan menciptakan persepsi public dan juga sebagai politik branding sendiri. Selain itu, pandangan atau penilai dari public maupun partisipan potiktik juga akan turut menciptakan framework dalam memberikan pandangan terkait dengan branding politik (Downer, 2016).

Penyampaian informasi kepada masyarakat harus dilakukn oleh seorang pemimpin dengan baik. Karena apabila informasi disampaikan dengan tidak baik dan tepat maka hal tersebut akan memberikan image yang buruk terhadap kinerja seorang pemimpin (Alvin, 2020). Karena dengan adanya image yang buruk dari masyarakat maka hal tersebut juga akan mempengaruhi legitimasi dan kepercayaan masyarakat terhadap seorang pemimpinnya. Oleh karenanya seorang actor politik dalam melakukan aktivitas komunikasi, informasi yang akan disampaikan perlu adanya penyaringan informasi.

METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2012). Penelitian kualitatif memiliki karakteristik sebagai berikut: (1) data penelitian diperoleh secara langsung dari lapangan, dan bukan dari laboratorium atau penelitian yang terkontrol; (2) penggalian data dilakukan secara alamiah, melakukan kunjungan pada situasi-situasi alamiah subyek; dan (3) untuk memperoleh makna baru dalam bentuk kategori-kategori jawaban, peneliti wajib mengembangkan situasi dialogis sebagai situasi ilmiah (Salim, 2006).

Untuk mendapatkan pemahaman tentang kepemimpinan dan komunikasi Anies Baswedan dalam penanganan Covid-19, peneliti melakukan analisis media sosial melalui akun Twitter @aniesbaswedan, gubernur Jakarta. Hal ini dikarenakan, Anies

Baswedan aktif dalam menggunakan Twitter sebagai platform komunikasi kepada masyarakat, bahkan sejak adanya Covid-19 hingga sekarang melalui akun @aniesbaswedan masih aktif menyampaikan informasi-informasi terkait penanganan Covid-19 di DKI Jakarta. Pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan mulai dari Maret 2019-Juni 2021, dimana hal ini dimulai sejak adanya Covid-19 di Indonesia hingga pandemi Covid-19 yang masih berlangsung hingga sekarang. Analisis data pada penelitian ini menggunakan software NVivo 12 Plus dengan fitur NCapture untuk menangkap data dari Twitter. Fitur ini mampu menangkap dan menarik data dari media sosial twitter secara sistematis dan selanjutnya melakukan olah data menggunakan NVivo 12 Plus untuk melihat aktifitas akun Twitter @aniesbaswedan dalam melakukan komunikasi dan juga melihat hubungan interaksi di media sosial twitter. Pada gambar dibawah ini, kami membuat desain penelitian untuk menganalisis kepemimpinan dan komunikasi Anies Baswedan dalam penanganan Covid-19.



HASIL DAN PEMBAHASAN

DKI Jakarta merupakan provinsi yang memiliki tingkat kasus Covid-19 tertinggi di Indonesia hingga saat ini. Dari awal adanya Covid-19 di Indonesia, pemerintah DKI Jakarta telah membuat berbagai kebijakan guna untuk menekan angka kasus Covid-19. Tidak hanya kebijakan, akan tetapi komunikasi pemerintah juga perlu dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat di tengah-tengah pandemi Covid-19. Seperti yang dikatakan oleh (Sainuddin, 2020) bahwasannya Di masa pandemi Covid-19 saat ini, pemerintah perlu berperan dalam

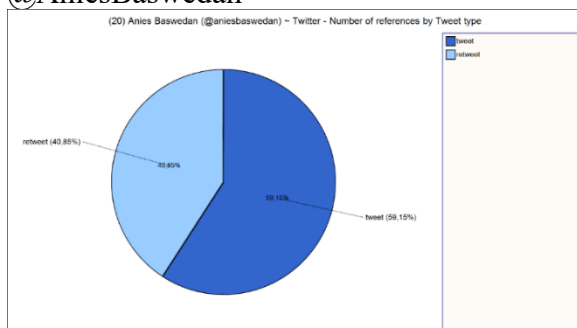
penanganan kasus penyebaran virus Covid-19. Salah satu tolak ukur pemerintah untuk menangani kasus tersebut adalah melalui komunikasi publik.

Di masa pandemi Covid-19, tidak hanya pemerintah akan tetapi peran seorang pemimpin daerah juga diperlukan dalam penanganan Covid-19. Karena peran pemerintah sangat penting dalam memutus rantai penyebaran Covid-19. Tentu setiap pemimpin daerah di kondisi seperti saat ini memiliki prinsip kepemimpinan, salah satunya prinsip kepemimpinan yang visioner. Hal ini terlihat pada gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan. Sejak adanya pandemi Covid-19, Anies selaku gubernur DKI Jakarta telah menetapkan berbagai kebijakan dalam rangka memutus rantai penularan Covid-19. Tidak hanya memberikan berbagai kebijakan, akan tetapi Anies juga membangun kepercayaan masyarakat kepada pemerintah, dengan memberikan perhatian, pengetahuan dan melakukan interaksi dengan masyarakat melalui media sosial salah satunya Twitter.

Penggunaan media sosial di masa Pandemi Covid-19 saat ini, menjadi jalan alternatif bagi seorang pemimpin daerah untuk menciptakan interaksi dengan masyarakat. Hal ini seperti yang disampaikan oleh (Graham, Avery, & Park, 2015) bahwa media sosial memungkinkan pemerintah daerah dalam menyampaikan informasi-informasi penting dari pemerintah, memperluas layanan pemerintah dan mengumpulkan respon masyarakat serta ide terkait dengan organisasi pemerintah. Sehingga memang peran media sosial sebagai platform komunikasi di masa pandemi Covid-19 memiliki peran yang besar dan urgensi untuk dilakukan. Apabila melihat komunikasi Anies selaku Gubernur DKI Jakarta, melalui akun Twitternya @aniesbaswedan telah aktif

melakukan komunikasi melalui akunnya. Hal ini terlihat dari aktivitas Anies Baswedan mengenai retweet dan tweet di akunnya, dimana dari kedua aktivitas tersebut mempunyai keseimbangan. Jika dilihat berdasarkan jumlah aktivitas tweet yang dilakukan Anies Baswedan selama kurun waktu tahun 2020-2021 lebih banyak aktivitas tweetnya, hal ini dapat dilihat berdasarkan data grafik di bawah ini.

Gambar 2. Tipe Tweet dan Retweet @AniesBaswedan

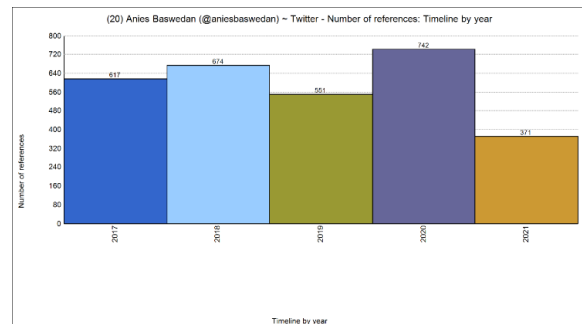


Sumber: diolah peneliti menggunakan Nvivo 12+

Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa aktivitas twitter @aniesbaswedan hampir seimbang dalam melakukan tweet maupun retweet. Tentu hal ini dapat dilihat dari tweet AniesBaswedan sebanyak 59,15% sedangkan untuk retweet sebanyak 40,85%. Dari kedua aktivitas tersebut memang lebih dominan tweet dibandingkan dengan retweet. Dimana aktivitas tweet yang paling banyak di tulis oleh akun tweeter @aniesbaswedan berkaitan dengan informasi coronavirus 19, atau sosialisasi tentang Covid-19 sampai dengan bagaimana cara pencegahannya. Selain itu aktivitasnya juga melakukan retweet beberapa informasi yang sangat penting baik berupa penanganan Covid -19, informasi pencegahan maupun ajakan kepada masyarakat dalam mematuhi protocol Kesehatan.

Media sosial memungkinkan pertukaran informasi yang cepat ke masyarakat dan

mungkin dapat menjadi sumber informasi yang kredibel dibanding dengan media lainnya. Karena media sosial menawarkan efisiensi baik dari segi anggaran maupun waktu. Aktifitas komunikasi Anies dalam penanganan Covid-19 tidak hanya dilihat dari retweet dan tweetnya saja. Tetapi pada masa pandemi Covid-19 yang mana virus ini telah ada sejak Bulan Maret 2020 dengan kasus awal di DKI Jakarta dan terus bertambah hingga saat ini yang telah mencapai 479.043 membuat pemimpin daerah untuk terus berupaya memberikan himbauan kepada masyarakat. Seperti terlihat pada gambar dibawah ini, intensitas aktifitas komunikasi Anies dalam menyampaikan informasi sejak awal tahun 2020 hingga saat ini masih tinggi. Gambar 3 Informasi Aktivitas Tweet setiap Tahun

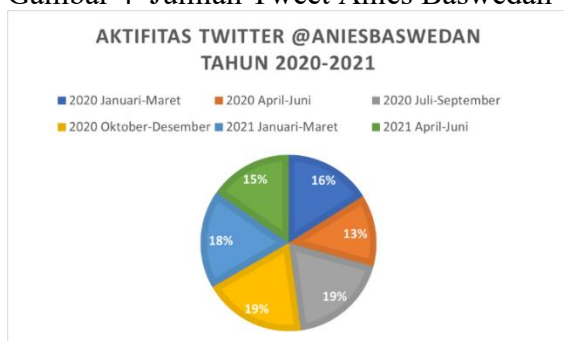


Sumber: diolah peneliti menggunakan Nvivo 12+

Pada gambar di atas menjelaskan mengenai aktivitas tweet Anies Baswedan setiap tahunnya terutama dalam penanganan Covid-19. Jika dilihat berdasarkan gambar di atas maka akun tweet @aniesbaswedan sangatlah aktif melakukan tweet, hal ini dapat dilihat dari grafik yang mayoritas setiap tahun aktivitas tweet sampai dengan angka 500 keatas. Pada tahun 2017 sebelum adanya kasus Covid-19 aktivitas tweet yang dilakukan oleh akun @aniesbaswedan sebanyak 617, sedangkan untuk tahun 2018 aktivitas tweet sebanyak 674, tahun 2019

aktivitas tweet sebanyak 551. Pada tahun 2020 dimana awal mula munculnya Covid-19 aktivitas tweet akun @aniesbaswedan sangatlah tinggi yaitu sebanyak 742, sedangkan untuk tahun 2021 yang hanya sampai bulan Juni aktivitas tweetnya sudah mencapai 371. Hal ini menunjukkan bahwa penanganan kasus Covid-19 selama ini banyak dilakukan melalui aktivitas tweet, terutama dalam hal sosialisasi, pemahaman kepada masyarakat akan bahaya Covid-19 sampai dengan pencegahan Covid-19 serta tata cara penggunaan masker dan anjuran kepada masyarakat untuk mematuhi protokol Kesehatan.

Gambar 4 Jumlah Tweet Anies Baswedan



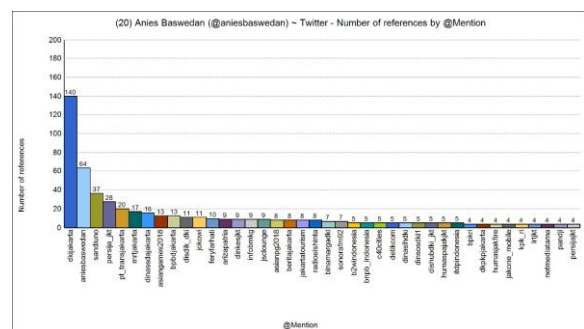
Sumber: diolah peneliti menggunakan Nvivo 12+

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa aktivitas tweet Anies Baswedan sangatlah aktif, hal ini dapat dilihat berdasarkan interaksi setiap bulannya. Hal ini dapat dilihat berdasarkan aktivitas tweetnya dimana pada bulan Januari-Maret aktivitas tweet 16%, untuk Bulan April-Juni aktivitas tweet sebesar 13%, sedangkan untuk bulan Juli-September 19%, Bulan Oktober-Desember aktivitas tweet Anis baswedan sebesar 19%. Sedangkan untuk Tahun 2021 aktivitas tweet Anies dalam penanganan covid-19 dimulai dari Bulan Januari-Maret 2021 sebesar 18% dan April-Juni aktivitas tweet sebesar 15%. Mayoritas aktivitas tweet yang dilakukan oleh Anies Baswedan

mengenai penanganan covid-19, terutama dalam hal pencegahan dan ajakan kepada masyarakat untuk mematuhi protocol Kesehatan. Selain itu aktivitas tweet Anies juga berkaitan dengan motivasi bagi para korban atau penyintas covid-19 yang ada di DKI Jakarta. Mayoritas aktivitas tweet Anies Baswedan selama covid-19 berkaitan dengan sosialisasi pencegahan covid-19, pemberian informasi kepada masyarakat, maupun pemberian informasi alur koordinasi jika ada yang dinyatakan positif covid-19. Selain itu tweet Anies juga merespon aduan masyarakat mengenai penanganan covid-19.

Dilihat dari intensitas tweet, Anies Baswedan telah aktif membangun komunikasi kepada masyarakat dengan beberapa informasi yang disampaikan melalui akun twiternya @aniesbaswedan. Karena hal tersebut juga perlu dilakukan di masa krisis seperti saat ini untuk membangun kepercayaan masyarakat di tengah pandemi Covid-19 yang terus menyebar luas (Indasari & Anggriani, 2020). Selain itu, informasi yang disampaikan oleh pemerintah juga dapat diteruskan oleh masyarakat dan akan menciptakan hubungan interaksi. Melalui olah data NVivo 12 Plus, aktifitas komunikasi yang dilakukan oleh Anies Baswedan mampu menarik masyarakat untuk menciptakan interaksi.

Gambar 5 Trend Twitter @aniesbaswedan by @Mention



Sumber: diolah peneliti menggunakan Nvivo 12+

Dari hasil analisis menggunakan Nvivo12 Plus yang dilihat dari analisis @mention yang diamati selama pandemi Covid-19 aktivitas komunikasi e-leadership Anies Baswedan terlihat dari bagaimana dalam 3 (tiga) proses yaitu perencanaan, pengorganisasian, dan pengarahan atau pendelegasian. Dalam hal perencanaan Anies melakukan update data masyarakat DKI Jakarta yang terkonfirmasi covid baik yang positif, sembuh ataupun meninggal. Anies melakukan perencanaan yang matang agar data yang di lihat oleh masyarakat tidak berbeda dengan data pemerintah pusat. Hal ini membuktikan bahwasannya Anies memiliki kemampuan leadership yang visioner dan bertanggungjawab. Dengan kemampuan yang dimiliki tersebut, maka seorang pemimpin akan mampu mempersiapkan apa yang akan terjadi dalam menghadapi pandemi Covid-19. Hal ini juga telah terbukti dengan adanya berbagai kebijakan dari pemerintah DKI Jakarta dalam memutus rantai penularan Covid-19.

Pengorganisasian merupakan salah tugas dan fungsi manajer sebagai seorang pemimpin. Kegiatan ini memegang peranan penting dalam menentukan keberhasilan pelaksanaan kegiatan dan tingkat prestasi yang telah ditetapkan pada tahap perencanaan. Dari data diatas menunjukan bahwa adanya sebutan yang ditandai dengan beberapa akun twitter dari organisasi perangkat daerah di DKI. Jakarta dalam aktifitas twitter. Hal ini menunjukan bahwa anies baswedan melakukan delegasi kewenangan dalam hal penanganan covid 19. sebagai contoh masyarakat DKI. Jakarta yang terkonfirmasi covid belum mendapatkan penanganan cari pemerintah melakukan tweet yang ditujukan kepada anies baswedan lalu anies melakukan reetweet dan mention kepada @bpbdjakarta untuk ditindak lanjuti.

Interaksi yang terjadi antara anies dari data diatas paling tinggi dengan @dkijakarta sebanyak 140 mention, diikuti oleh 64 mention ke @aniesbaswedan, 37 mention kepada @sandiagauno dan seterusnya. aktivitas di twitter masih ada harapan dalam mengatasi Covid-19 ke akun tweet sudah disebutkan dengan nilai intensitas diperoleh. Gambar 6 Anies Melakukan Koordinasi Dengan Satgas Covid



Pengarahana anies dalam konsep e-leadership ditunjukan dengan melakukan koordinasi dengan melakukan koordinasi setiap minggunya kepada organisasi perangkat daerah yang tergabung dalam satgas Covid-19 DKI. Jakarta secara virtual. Anies selalu memantau setiap kinerja dari bawahannya dan memastikan bahwa kebijakan pandemi Covid-19 dilaksanakan dengan baik hingga ke level RT dan dilaporkan kepada masyarakat melalui media - media online, cetak ataupun menggunakan akun twitter Anies Baswedan. Pola Interaksi yang terjadi pada akun media sosial twitter Anies Baswedan berdasarkan analisis kosa kata atau Word Frequency dalam konsep E-Leadership anies dalam penanganan pandemi covid-19.

Gambar 7 Word Frequency Twitter Anies Baswedan



Sumber: diolah peneliti menggunakan Nvivo12+

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa word frequency pada akun twitter Anies Baswedan (@aniesbaswedan) menunjukan kalimat yang sering muncul dalam interaksi yang terjadi di akun twitter Anies Baswedan adalah Jakarta, dilanjutkan dengan DKI, Kesehatan, covid. Ajakan - ajakan yang terjadi di media sosial anies baswedan didasarkan bagaimana anies membuat tweet yang mengajak masyarakat DKI. Jakarta untuk melawan Covid-19 dengan menggunakan hastag #jakartatanggapcorona, hal menarik juga dilihat dari salah satu ajakan anies melalui salah satu kebijakannya yaitu #psbbtransisi. Dengan situasi dan kondisi saat ini dapat dilihat anies menunjukan kepemimpinannya dalam hal memberikan informasi yang akurat dan tepat kepada masyarakat agar masyarakat tidak termakan berita - berita hoax yang kerap kali ada di media sosial twitter.

KESIMPULAN

Transformasi digital saat ini mendukung dalam manajemen organisasi dan hal ini juga menciptakan inovasi baru dalam gaya kepemimpinan. Inovasi baru dalam gaya kepemimpinan ini lah yang disebut dengan e-leadership. Dalam konsep e-leadership ini, komunikasi maupun penyampaian informasi dilakukan secara virtual. Di masa pandemi Covid-19, e-leadership tepat dilakukan karena adanya keterbatasan komunikasi yang dilakukan kepada masyarakat. Sehingga pemimpin dapat memanfaatkan media sosial sebagai platform komunikasi. Anies Baswedan, gubernur DKI Jakarta salah satu pemimpin daerah yang telah menerapkan gaya komunikasi baru melalui Twitter. Dimana e-leadership Anies Baswedan dapat dilihat dari pola komunikasi yang dibangun di masa

pandemi Covid-19. Dimana hal ini terlihat kepemimpinan Anies memiliki kemampuan visioner dan tanggungjawab. Sehingga hal ini mampu membangun kepercayaan masyarakat di tengah pandemi Covid-19. Selain itu, komunikasi yang dilakukan Anies dalam penanganan Covid-19 tidak hanya komunikasi di lapangan saja akan tetapi Anies telah memanfaatkan media sosial yaitu Twitter sebagai platform komunikasi untuk membangun interaksi dengan masyarakat. Dan komunikasi yang dilakukan melalui akun twitter @aniesbaswedan sangatlah aktif dan mendapatkan respon dari masyarakat. Sehingga informasi-informasi yang disampaikan dalam penanganan Covid-19 dapat diterima oleh masyarakat.

REFERENSI

- Alvin, S. (2020). Strategi Komunikasi Politik Juru Bicara Wakil Presiden 2014-2019 sebagai Humas Pemerintah. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 43–62. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i1.6031>
- Balthazard, P. A., Waldman, D. A., & Warren, J. E. (2009). Predictors of the emergence of transformational leadership in virtual decision teams. *Leadership Quarterly*, 20(5), 651–663. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2009.06.008>
- Dinh, J. E., Lord, R. G., Gardner, W. L., Meuser, J. D., Liden, R. C., & Hu, J. (2014, February). Leadership theory and research in the new millennium: Current theoretical trends and changing perspectives. *Leadership Quarterly*. JAI. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2013.11.005>

- Downer, L. (2016). Understanding and Evaluating Political Branding. *Political Branding Strategies: Campaigning and Governing in Australian Politics*, 6–51.
https://doi.org/10.1057/9781137580290_2.
- Fleischmann, A. C., Aritz, J., & Cardon, P. (2020). Language Proficiency and Media Richness in Global Virtual Teams. *ACM Transactions on Social Computing*, 2(4), 1–18.
<https://doi.org/10.1145/3363564>
- Garcia Carreño, I. D. V. (2020). e-Leadership: A Bibliometric Analysis. *International Journal of Advanced Corporate Learning (IJAC)*, 13(1), 19.
<https://doi.org/10.3991/ijac.v13i1.12341>
- Graham, M. W., Avery, E. J., & Park, S. (2015). The role of social media in local government crisis communications. *Public Relations Review*, 41(3), 386–394.
<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2015.02.001>
- Habibi, M. (2018). Analisis Konten Jejaring Sosial Twitter Dalam Kasus Pemilihan Gubernur DKI 2017. *Teknomatika*, (March).
- Hoerudin, C. W. (2020). ADAPTIVE LEADERSHIP IN DIGITAL ERA (Ridwan Kamil's Leadership Study in West Java). *Cosmogov: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 6(1), 89–98.
- Huang, I. Y. F. (2020). Fighting COVID-19 through Government Initiatives and Collaborative Governance: The Taiwan Experience. *Public Administration Review*, 80(4), 665–670.
<https://doi.org/10.1111/puar.13239>
- Indasari, F., & Anggriani, I. (2020). KRISIS KOMUNIKASI PADA MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus Pemberitaan Penyebaran Covid-19 melalui Udara). *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 7(1), 1–11.
<https://doi.org/10.37676/professional.v7i1.1086>
- Indrawan, R. M. J. (2017). Dampak Komunikasi Politik Dan Opini Publik Terhadap Perilaku Masyarakat. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), 171.
<https://doi.org/10.32509/wacana.v16i2.14>
- Liu, B. F., Bartz, L., & Duke, N. (2016). Communicating crisis uncertainty: A review of the knowledge gaps. *Public Relations Review*, 42(3), 479–487.
<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2016.03.003>
- Liu, C., Ready, D., Roman, A., Van Wart, M., Wang, X. H., McCarthy, A., & Kim, S. (2018). E-leadership: an empirical study of organizational leaders' virtual communication adoption. *Leadership and Organization Development Journal*, 39(7), 826–843.
<https://doi.org/10.1108/LODJ-10-2017-0297>
- Mohammad, K. (2009). E-Leadership : The Emerging New Leadership for the Virtual Organization. *Journal of Managerial Sciences* 2, 3(1), 1–21.
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Ed). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muslih, B. (2020). Urgensi Komunikasi dalam Menumbuhkan Motivasi di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 5(1), 57–65.

- Neuburger, L., & Egger, R. (2020). Travel risk perception and travel behaviour during the COVID-19 pandemic 2020: a case study of the DACH region. *Current Issues in Tourism*, 0(0), 1–14. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1803807>
- Possony, B. Y. S. T. (2016). Communications and Strategy Author (s): Stefan T . Possony Stable URL : <http://www.jstor.org/stable/1982383> Accessed : 03-08-2016 20 : 09 UTC. *JSTOR*, 6(4), 219–224.
- Sainuddin, I. hajar. (2020). Komunikasi Publik di Masa Pandemi Covid-19. OSF Preprints. <https://doi.org/10.31219/osf.io/p48ve>
- Salim, A. (2006). *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Taira Wacana.
- Wolor, C. W., Solikhah, Fidyallah, N. F., & Lestari, D. P. (2020). Effectiveness of E-Training, E-Leadership, and Work Life Balance on Employee Performance during COVID-19. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(10), 443–450. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vo17.no10.443>