
Dramaturgi Komunikasi Politik dalam Konstruksi Legitimasi Proses Pencalonan Gibran Rakabuming Raka sebagai Calon Wakil Presiden pada Pemilu 2024: Studi Kualitatif

Fauzie Hikmatussalam Sutrisna

LSPR Institute of Communication and Business

e-mail: hikmatfauzi55@gmail.com

*Corresponding author: hikmatfauzi55@gmail.com

ABSTRAK

Informasi Artikel:
Terima: 10-06-2026
Revisi: 08-07-2026
Disetujui: 26-07-2026
Publish online: 31-07-2026

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dramaturgi komunikasi politik dalam konstruksi legitimasi proses pencalonan Gibran Rakabuming Raka sebagai calon wakil presiden pada Pemilu Presiden Tahun 2024. Penelitian dilatarbelakangi oleh perdebatan publik yang muncul setelah Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 90/PUU-XXI/2023 yang mengubah persyaratan usia calon wakil presiden dan memunculkan berbagai narasi mengenai legalitas, legitimasi, serta etika politik. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi terhadap media massa dan media sosial, serta analisis dokumen resmi. Analisis data dilakukan menggunakan analisis tematik berdasarkan perspektif dramaturgi Erving Goffman dan teori legitimasi politik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruksi legitimasi dibangun melalui lima dimensi utama, yaitu *front stage*, *back stage*, *impression management*, penggunaan simbol politik, dan respons audiens. Pada *front stage*, komunikasi politik diarahkan untuk membangun citra Gibran sebagai pemimpin muda, adaptif, dan dekat dengan masyarakat. Sementara itu, *back stage* menjadi ruang penyusunan strategi komunikasi dan pengelolaan isu secara terstruktur. Penggunaan simbol politik seperti regenerasi kepemimpinan, keberlanjutan pembangunan, dan transformasi digital turut memperkuat legitimasi pencalonan. Namun demikian, respons publik menunjukkan adanya perbedaan interpretasi terkait aspek legalitas, etika politik, dan politik dinasti. Penelitian ini menyimpulkan bahwa legitimasi pencalonan dibentuk tidak hanya melalui legalitas prosedural, tetapi juga melalui pengelolaan komunikasi politik yang strategis di ruang publik digital. Temuan ini memperkaya kajian komunikasi politik, khususnya mengenai penerapan perspektif dramaturgi dalam menjelaskan proses pembentukan legitimasi politik di Indonesia.

Kata Kunci: dramaturgi komunikasi politik, legitimasi politik, Gibran Rakabuming Raka, komunikasi politik, Pemilu Presiden 2024.

ABSTRACT

This study aims to analyze the dramaturgy of political communication in constructing the legitimacy of Gibran Rakabuming Raka's nomination as the vice-presidential candidate in Indonesia's 2024 Presidential Election. The research was motivated by the public debate following Constitutional Court

*Decision No. 90/PUU-XXI/2023, which amended the minimum age requirement for vice-presidential candidates and generated controversies concerning legality, legitimacy, and political ethics. This study employed a qualitative approach using a case study design. Data were collected through in-depth interviews, observations of mass media and social media content, and analyses of official documents. The data were analyzed using thematic analysis based on Erving Goffman's dramaturgical perspective and political legitimacy theory. The findings indicate that the construction of legitimacy was shaped through five major dimensions: front stage, back stage, impression management, political symbolism, and audience response. On the **front stage**, political communication was strategically designed to portray Gibran as a young, adaptive, and approachable leader. Meanwhile, the **back stage** functioned as the arena for communication planning and issue management. Political symbols, including leadership regeneration, development continuity, and digital transformation, were consistently employed to strengthen the legitimacy of the nomination. Nevertheless, public responses varied according to different interpretations of legal legitimacy, political ethics, and dynastic politics. The study concludes that the legitimacy of Gibran's nomination was constructed not only through procedural legality but also through strategic political communication within the digital public sphere. These findings contribute to the development of political communication studies by extending the application of dramaturgical theory to explain political legitimacy in Indonesia's contemporary democratic context.*

Keywords: political communication dramaturgy, political legitimacy, Gibran Rakabuming Raka, political communication, 2024 Presidential Election.

PENDAHULUAN

Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia Tahun 2024 merupakan salah satu peristiwa politik yang paling banyak menyita perhatian publik, baik pada tingkat nasional maupun internasional. Kontestasi politik tersebut tidak hanya menjadi arena kompetisi elektoral antarkandidat, tetapi juga menjadi ruang produksi makna politik yang melibatkan berbagai aktor, media, dan masyarakat dalam membentuk persepsi terhadap legitimasi kekuasaan. Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola komunikasi politik dari komunikasi satu arah menjadi komunikasi yang bersifat partisipatif, interaktif, dan berbasis jejaring digital sehingga aktor politik dapat membangun citra, mengelola opini publik, dan memperoleh legitimasi secara lebih efektif (McNair, 2022; Medina Serrano et al., 2020).

Transformasi tersebut menunjukkan bahwa komunikasi politik pada era digital tidak lagi sekadar menjadi media penyampaian informasi politik, melainkan telah berkembang menjadi instrumen strategis dalam membangun realitas politik melalui simbol, narasi, visualisasi, dan representasi yang diproduksi secara berkelanjutan di berbagai platform media sosial. Chadwick (2021) menjelaskan bahwa sistem media hibrida (*hybrid media system*) telah menciptakan hubungan yang semakin erat antara media konvensional dan media digital dalam membentuk opini publik serta memengaruhi dinamika demokrasi. Kondisi tersebut menyebabkan legitimasi

politik semakin dipengaruhi oleh kemampuan aktor politik mengelola komunikasi publik dibandingkan hanya mengandalkan dukungan kelembagaan formal.

Salah satu fenomena politik yang paling kontroversial dalam Pemilu Presiden 2024 adalah proses pencalonan Gibran Rakabuming Raka sebagai calon wakil presiden mendampingi Prabowo Subianto. Pencalonan tersebut memperoleh perhatian luas setelah keluarnya Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 90/PUU-XXI/2023 yang mengubah interpretasi mengenai batas usia minimal calon presiden dan wakil presiden. Peristiwa tersebut memunculkan berbagai respons dari akademisi, media, organisasi masyarakat sipil, dan masyarakat luas mengenai aspek konstitusionalitas, etika politik, politik dinasti, hingga kualitas demokrasi Indonesia. Di sisi lain, kelompok pendukung memandang pencalonan tersebut sebagai bentuk regenerasi kepemimpinan nasional dan representasi generasi muda dalam pemerintahan (Sutrisno & Tunaerah, 2024).

Perbedaan pandangan tersebut menunjukkan bahwa legitimasi politik tidak hanya dibangun melalui legalitas formal, tetapi juga melalui proses komunikasi yang mampu membentuk penerimaan masyarakat terhadap suatu keputusan politik. Dalam konteks ini, media massa dan media sosial memainkan peran penting dalam mengonstruksi makna terhadap pencalonan Gibran. Penelitian Riski et al. (2024) menunjukkan bahwa media daring di Indonesia membingkai pencalonan Gibran melalui perspektif yang berbeda sehingga menghasilkan konstruksi opini publik yang beragam mengenai legitimasi politiknya. Perkembangan media sosial semakin memperkuat proses konstruksi legitimasi tersebut. Platform seperti Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, dan X memungkinkan aktor politik membangun hubungan yang lebih personal dengan masyarakat melalui penyajian konten visual, narasi keseharian, hingga simbol-simbol politik yang dirancang secara strategis. Penelitian Ariadi et al. (2024) menemukan bahwa kampanye politik pada Pemilu 2024 lebih banyak memanfaatkan visual dramatization melalui Instagram sebagai strategi membangun citra kandidat dan meningkatkan kedekatan emosional dengan pemilih.

Fenomena tersebut memperlihatkan bahwa komunikasi politik modern memiliki karakter dramaturgis yang sangat kuat. Dramaturgi memandang interaksi sosial sebagai sebuah pertunjukan (*performance*) yang bertujuan membentuk kesan tertentu di hadapan audiens. Dalam komunikasi politik, pertunjukan tersebut diwujudkan melalui pengelolaan citra (*impression management*), penggunaan simbol politik, penyusunan narasi, serta pengaturan ruang publik agar menghasilkan persepsi yang diinginkan masyarakat. Grygierczyk (2024) menjelaskan bahwa pendekatan dramaturgi semakin relevan dalam memahami praktik komunikasi kontemporer karena mampu menjelaskan bagaimana aktor sosial mengelola performa dan legitimasi dalam ruang publik yang semakin terdigitalisasi.

Konteks pencalonan Gibran Rakabuming Raka, praktik dramaturgi terlihat melalui berbagai simbol politik yang dikonstruksi secara sistematis, seperti representasi pemimpin

muda, keberlanjutan pembangunan nasional, bonus demografi, transformasi digital, serta kesinambungan program pemerintahan. Simbol-simbol tersebut dipublikasikan secara konsisten melalui pidato politik, kampanye digital, pemberitaan media, dan aktivitas media sosial sehingga membentuk citra politik tertentu di hadapan masyarakat. Sebaliknya, berbagai kelompok oposisi juga membangun kontra-narasi mengenai politik dinasti, independensi Mahkamah Konstitusi, serta etika demokrasi sebagai bentuk pertunjukan politik tandingan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa komunikasi politik merupakan arena kompetisi simbolik dalam membangun legitimasi publik (Sinaga & Kristiyani, 2024).

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa komunikasi politik pada Pemilu 2024 lebih banyak mengkaji strategi kampanye digital, personal branding, framing media, retorika debat, maupun komunikasi visual kandidat. Sutrisno dan Tunaerah (2024) menganalisis komunikasi politik Presiden Joko Widodo dalam memenangkan Gibran melalui media sosial dengan menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes dan menemukan bahwa komunikasi digital dimanfaatkan untuk membangun mitos keberlanjutan kepemimpinan nasional. Penelitian Muryanti (2024) menunjukkan bahwa framing pemberitaan mengenai Gibran selama debat calon wakil presiden membentuk persepsi publik yang berbeda sesuai dengan konstruksi media. Sementara itu, penelitian Riski et al. (2024) menjelaskan bahwa pemberitaan media daring memiliki kecenderungan melakukan framing yang berbeda terhadap legitimasi politik Gibran sehingga memengaruhi interpretasi masyarakat mengenai proses pencalonannya. Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut masih menyisakan beberapa kesenjangan. Pertama, sebagian besar penelitian hanya berfokus pada strategi komunikasi digital atau framing media tanpa mengaitkannya dengan proses pembentukan legitimasi politik. Kedua, penelitian mengenai Gibran Rakabuming Raka lebih banyak membahas retorika politik, personal branding, komunikasi media sosial, maupun semiotika kampanye, sedangkan kajian mengenai dramaturgi komunikasi politik dalam proses konstruksi legitimasi masih relatif terbatas. Ketiga, penelitian terdahulu belum mengintegrasikan perspektif dramaturgi dengan konsep legitimasi politik sehingga belum mampu menjelaskan hubungan antara pengelolaan kesan, simbol politik, narasi media, dan penerimaan publik secara komprehensif.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan (*research novelty*) dengan mengintegrasikan teori dramaturgi komunikasi politik ke dalam analisis konstruksi legitimasi proses pencalonan Gibran Rakabuming Raka sebagai calon wakil presiden pada Pemilu 2024. Penelitian ini memandang komunikasi politik sebagai sebuah pertunjukan sosial (*political performance*) yang melibatkan pengelolaan *front stage*, *back stage*, simbol politik, *impression management*, framing media, dan interaksi digital dalam membentuk legitimasi publik. Pendekatan tersebut diharapkan mampu memberikan perspektif baru mengenai praktik komunikasi politik Indonesia pada era demokrasi digital sekaligus memperkaya pengembangan teori komunikasi politik kontemporer. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk

menganalisis bagaimana dramaturgi komunikasi politik digunakan dalam mengonstruksi legitimasi proses pencalonan Gibran Rakabuming Raka sebagai calon wakil presiden pada Pemilu Presiden Tahun 2024. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan kajian komunikasi politik, sosiologi politik, dan demokrasi digital serta memberikan implikasi praktis bagi partai politik, penyelenggara pemilu, dan pembuat kebijakan dalam memahami mekanisme pembentukan legitimasi politik melalui komunikasi simbolik di era media digital.

LANDASAN TEORI

Dramaturgi dalam Komunikasi Politik

Perkembangan komunikasi politik pada era digital telah mengubah cara aktor politik membangun hubungan dengan masyarakat. Komunikasi politik tidak lagi dipahami sebagai proses penyampaian pesan secara linear, melainkan sebagai praktik simbolik yang mengombinasikan representasi diri, penciptaan citra, dan pengelolaan kesan untuk memperoleh dukungan publik. Dalam perspektif dramaturgi, interaksi politik dipandang sebagai suatu pertunjukan (*performance*) yang melibatkan aktor, audiens, panggung, simbol, serta berbagai elemen komunikasi yang saling memengaruhi. Pendekatan dramaturgi menempatkan komunikasi politik sebagai rangkaian tindakan performatif yang bertujuan membangun makna dan memengaruhi interpretasi masyarakat terhadap suatu peristiwa politik (Ercan & Hendriks, 2022).

Analisis dramaturgi menjelaskan bahwa setiap aktor politik menjalankan proses *scripting*, *setting*, *staging*, dan *performance* ketika berinteraksi dengan publik. Melalui proses tersebut, aktor politik tidak hanya menyampaikan gagasan politik, tetapi juga mengelola ekspresi verbal, bahasa tubuh, simbol visual, serta ruang komunikasi untuk menciptakan kesan tertentu di hadapan masyarakat. Oleh karena itu, fokus analisis dramaturgi tidak hanya terletak pada isi pesan politik (*what is said*), tetapi juga pada bagaimana pesan tersebut dipentaskan (*how it is performed*), kepada siapa pesan disampaikan (*to whom*), dan dalam konteks komunikasi seperti apa pesan tersebut diproduksi (Ercan & Hendriks, 2022). Dalam konteks demokrasi digital, media sosial telah menjadi panggung utama (*front stage*) bagi aktor politik untuk membangun identitas politik dan memperkuat legitimasi. Berbagai platform seperti Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, dan X memungkinkan kandidat politik menyampaikan narasi secara langsung kepada masyarakat tanpa bergantung sepenuhnya pada media konvensional. Penelitian Indrayani (2025) menunjukkan bahwa dramaturgi aktor politik di media sosial merupakan hasil kerja kolektif yang melibatkan tim komunikasi, konsultan politik, fotografer, videografer, dan pengelola media sosial dalam membangun citra politik yang konsisten. Dengan demikian, performa politik yang terlihat di media sosial merupakan hasil konstruksi komunikasi strategis, bukan sekadar ekspresi spontan seorang politisi.

Fenomena tersebut semakin terlihat pada kampanye Pemilu Indonesia Tahun 2024. Penelitian Moekahar et al. (2025) menemukan bahwa Instagram dimanfaatkan sebagai ruang dramaturgi politik melalui penggunaan simbol visual, bahasa persuasif, citra personal, dan narasi emosional untuk meningkatkan kedekatan kandidat dengan pemilih. Penggunaan foto, video pendek, aktivitas keseharian, maupun simbol-simbol nasional merupakan bagian dari strategi pengelolaan kesan (*impression management*) yang bertujuan membangun persepsi positif terhadap kandidat. Selain itu, perkembangan media digital juga mendorong munculnya bentuk komunikasi politik yang semakin interaktif. Medina Serrano et al. (2020) menjelaskan bahwa platform TikTok telah mengubah komunikasi politik menjadi lebih partisipatif karena memungkinkan masyarakat tidak hanya menerima pesan politik, tetapi juga memproduksi, memodifikasi, dan menyebarkan kembali pesan tersebut kepada pengguna lain. Kondisi tersebut menyebabkan proses pembentukan opini publik berlangsung secara lebih dinamis dibandingkan era media konvensional. Berdasarkan uraian tersebut, dramaturgi dalam komunikasi politik dapat dipahami sebagai proses pengelolaan simbol, narasi, identitas, dan pertunjukan komunikasi yang bertujuan membangun citra positif serta memperoleh dukungan publik. Perspektif ini menjadi relevan dalam menjelaskan proses komunikasi politik pada pencalonan Gibran Rakabuming Raka yang berlangsung di tengah dominasi media digital dan kompetisi narasi politik.

Legitimasi Politik

Legitimasi politik merupakan tingkat penerimaan masyarakat terhadap kekuasaan, kebijakan, maupun proses politik yang dijalankan oleh aktor atau institusi politik. Dalam sistem demokrasi, legitimasi tidak hanya dibangun melalui legalitas konstitusional, tetapi juga melalui kepercayaan masyarakat terhadap proses politik yang berlangsung secara adil, transparan, dan akuntabel. Oleh karena itu, legitimasi merupakan konstruksi sosial yang dipengaruhi oleh komunikasi, simbol, nilai, dan persepsi publik terhadap tindakan politik. Kajian mengenai legitimasi politik dalam komunikasi kontemporer menunjukkan bahwa retorika politik memiliki peran penting dalam membentuk penerimaan masyarakat terhadap kekuasaan. Melalui telaah sistematis, Nurrahman et al. (2026) menjelaskan bahwa legitimasi dibangun melalui kombinasi *ethos*, *pathos*, dan *logos* yang bekerja secara simultan dalam membangun kredibilitas aktor politik sekaligus melemahkan legitimasi pihak lawan. Meskipun penelitian tersebut terbit setelah periode penelitian ini, kerangka konseptualnya memperlihatkan keterkaitan erat antara komunikasi politik dan konstruksi legitimasi.

Dalam era media digital, legitimasi politik semakin dipengaruhi oleh kemampuan aktor politik membangun representasi simbolik melalui media sosial. Audiens tidak hanya menilai kualitas kebijakan yang ditawarkan, tetapi juga memperhatikan autentisitas, kedekatan emosional, gaya komunikasi, serta konsistensi citra yang ditampilkan kandidat. Oleh karena itu, legitimasi politik menjadi hasil interaksi antara legalitas formal, komunikasi simbolik, dan

penerimaan masyarakat terhadap pertunjukan politik yang dilakukan oleh aktor politik (Indrayani, 2025). Pada Pemilu Presiden 2024, legitimasi proses pencalonan Gibran Rakabuming Raka menjadi salah satu isu utama yang berkembang di ruang publik. Berbagai narasi mengenai regenerasi kepemimpinan, representasi generasi muda, keberlanjutan pembangunan, politik dinasti, independensi Mahkamah Konstitusi, hingga etika demokrasi diproduksi secara bersamaan melalui media massa maupun media sosial. Situasi tersebut menunjukkan bahwa legitimasi politik merupakan hasil dari proses konstruksi komunikasi yang berlangsung secara terus-menerus di ruang publik digital.

Dramaturgi Komunikasi Politik dalam Konstruksi Legitimasi

Hubungan antara dramaturgi dan legitimasi politik terletak pada kemampuan aktor politik mengelola pertunjukan komunikasi sehingga memperoleh penerimaan dari masyarakat. Dalam perspektif dramaturgi, legitimasi dibangun melalui proses penyusunan narasi (*scripting*), pengaturan panggung (*staging*), pengelolaan simbol (*symbolic representation*), serta penyampaian performa politik (*performance*) yang sesuai dengan harapan audiens (Ercan & Hendriks, 2022). Pada era demokrasi digital, konstruksi legitimasi semakin dipengaruhi oleh visualisasi politik. Foto, video, infografik, dan konten media sosial menjadi instrumen utama dalam membangun citra kandidat. Penelitian Moekahar et al. (2025) menunjukkan bahwa kampanye politik pada Pemilu 2024 lebih banyak menggunakan simbol visual dibandingkan penyampaian program substantif karena visual lebih mudah membangun kedekatan emosional dengan pemilih. Indrayani (2025) juga menemukan bahwa praktik dramaturgi politik di media sosial terdiri atas dua dimensi utama, yaitu front stage yang menampilkan citra ideal kandidat kepada publik dan back stage yang berisi proses penyusunan strategi komunikasi oleh tim kampanye. Kedua dimensi tersebut bekerja secara simultan dalam membangun legitimasi politik melalui pengelolaan kesan (*impression management*) dan konsistensi narasi politik.

Dalam konteks pencalonan Gibran Rakabuming Raka, konstruksi legitimasi tidak hanya ditentukan oleh aspek legalitas pencalonan, tetapi juga oleh bagaimana berbagai aktor politik membangun narasi mengenai kepemimpinan muda, keberlanjutan pembangunan, bonus demografi, dan transformasi digital. Sebaliknya, kelompok oposisi membangun kontra-narasi mengenai politik dinasti, etika demokrasi, serta independensi lembaga negara. Kompetisi dua narasi tersebut memperlihatkan bahwa legitimasi politik merupakan hasil dari pertarungan simbolik yang diproduksi melalui komunikasi politik di berbagai ruang publik. Dengan demikian, penelitian ini memposisikan dramaturgi komunikasi politik sebagai perspektif utama untuk menjelaskan bagaimana proses pencalonan Gibran Rakabuming Raka dikonstruksi melalui pengelolaan front stage, back stage, impression management, simbol politik, dan komunikasi digital sehingga menghasilkan legitimasi maupun delegitimasi di mata masyarakat. Pendekatan ini memberikan kontribusi teoritis dengan menghubungkan konsep dramaturgi dan

legitimasi politik dalam konteks demokrasi digital Indonesia, yang masih relatif jarang dibahas dalam penelitian terdahulu.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus (case study). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan memahami secara mendalam bagaimana dramaturgi komunikasi politik dikonstruksi dalam proses pencalonan Gibran Rakabuming Raka sebagai calon wakil presiden pada Pemilu Presiden 2024. Menurut Creswell dan Poth (2024), penelitian kualitatif bertujuan mengeksplorasi dan memahami makna suatu fenomena sosial melalui interpretasi terhadap pengalaman, tindakan, interaksi, dan konteks yang melatarbelakanginya. Sementara itu, Yin (2024) menjelaskan bahwa studi kasus merupakan metode yang tepat untuk mengkaji fenomena kontemporer yang kompleks dalam konteks kehidupan nyata ketika batas antara fenomena dan konteksnya tidak tampak secara jelas.

Objek Penelitian

Objek penelitian adalah dramaturgi komunikasi politik dalam konstruksi legitimasi proses pencalonan Gibran Rakabuming Raka sebagai calon wakil presiden pada Pemilu Presiden Tahun 2024. Fokus penelitian diarahkan pada praktik komunikasi politik yang dilakukan oleh aktor-aktor politik dalam membangun legitimasi pencalonan melalui pengelolaan front stage, back stage, impression management, simbol politik, framing media, serta narasi politik yang berkembang selama proses pencalonan hingga masa kampanye. Penelitian tidak berfokus pada hasil elektoral, tetapi pada proses komunikasi yang membentuk persepsi publik terhadap legitimasi pencalonan.

Sumber Data

Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam (in-depth interview) dengan informan yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu informan yang dianggap memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan terhadap fenomena yang diteliti. Informan penelitian terdiri atas akademisi komunikasi politik, pengamat politik, praktisi komunikasi politik, jurnalis politik, anggota Komisi Pemilihan Umum (KPU) atau Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu), pengurus partai politik, tim kampanye, serta masyarakat yang mengikuti perkembangan Pemilu 2024. Jumlah informan disesuaikan dengan prinsip data saturation, yaitu proses wawancara dihentikan ketika informasi yang diperoleh telah menunjukkan pengulangan dan tidak ditemukan informasi baru (Saunders et al., 2023). Data sekunder diperoleh dari berbagai dokumen yang relevan, antara lain Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 90/PUU-XXI/2023, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum beserta perubahan yang berlaku, dokumen Komisi Pemilihan

Umum, berita dari media massa nasional, artikel ilmiah, laporan penelitian, hasil survei lembaga independen, dokumen resmi partai politik, serta konten komunikasi politik yang dipublikasikan melalui media sosial resmi pasangan Prabowo Subianto–Gibran Rakabuming Raka maupun akun media sosial aktor politik lainnya. Selain itu, penelitian juga menganalisis video pidato politik, konferensi pers, debat calon wakil presiden, unggahan Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, dan platform X yang dipublikasikan selama periode pencalonan dan kampanye.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi nonpartisipan, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan menggunakan pedoman wawancara yang dikembangkan berdasarkan konsep dramaturgi komunikasi politik dan legitimasi politik. Observasi nonpartisipan dilakukan terhadap aktivitas komunikasi politik yang dipublikasikan melalui media massa dan media sosial tanpa keterlibatan langsung peneliti dalam aktivitas tersebut. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dokumen hukum, berita, foto, video, rekaman pidato, unggahan media sosial, infografik kampanye, serta berbagai arsip digital yang berkaitan dengan proses pencalonan Gibran Rakabuming Raka. Kombinasi ketiga teknik tersebut memungkinkan peneliti memperoleh data yang komprehensif mengenai praktik dramaturgi komunikasi politik. Instrumen utama penelitian adalah peneliti (human instrument) yang berperan dalam menentukan fokus penelitian, memilih informan, melakukan wawancara, mengumpulkan dokumen, menginterpretasikan data, serta menarik kesimpulan. Untuk meningkatkan konsistensi pengumpulan data, peneliti menggunakan pedoman wawancara, lembar observasi, matriks analisis dokumen, serta perangkat lunak pengelolaan data kualitatif seperti NVivo 14 untuk melakukan proses pengkodean (*coding*), kategorisasi, dan identifikasi tema-tema penelitian.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan analisis tematik (*thematic analysis*) yang dikembangkan oleh Braun dan Clarke (2022). Tahapan analisis meliputi: (1) familiarisasi terhadap seluruh data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi; (2) penyusunan kode awal (*initial coding*); (3) pengelompokan kode menjadi kategori; (4) identifikasi tema-tema utama; (5) penelaahan kembali hubungan antar tema; (6) penamaan dan pendefinisian tema; serta (7) penyusunan interpretasi terhadap hasil penelitian. Seluruh proses analisis diarahkan untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk dramaturgi komunikasi politik yang meliputi front stage, back stage, impression management, penggunaan simbol politik, strategi komunikasi digital, framing media, dan konstruksi legitimasi politik. Untuk meningkatkan kredibilitas hasil penelitian, dilakukan triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi teori (Flick, 2022). Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai informan, dokumen resmi, media massa, dan media sosial. Triangulasi teknik dilakukan melalui perbandingan hasil

wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sementara itu, triangulasi teori dilakukan dengan menginterpretasikan temuan penelitian menggunakan perspektif dramaturgi komunikasi politik, komunikasi politik digital, dan teori legitimasi politik sehingga menghasilkan interpretasi yang lebih komprehensif. Selain itu, peneliti menerapkan member checking kepada beberapa informan utama untuk memastikan kesesuaian hasil interpretasi dengan pengalaman informan, serta peer debriefing melalui diskusi dengan sesama peneliti di bidang komunikasi politik. Kerangka analisis penelitian menggunakan perspektif dramaturgi komunikasi politik yang terdiri atas lima dimensi utama, yaitu front stage, back stage, impression management, political symbolism, dan audience response. Kelima dimensi tersebut digunakan untuk menganalisis bagaimana komunikasi politik dalam proses pencalonan Gibran Rakabuming Raka dikonstruksi sebagai sebuah pertunjukan politik yang bertujuan memperoleh legitimasi publik. Selanjutnya, hasil analisis diinterpretasikan untuk menjelaskan hubungan antara praktik dramaturgi komunikasi politik dengan konstruksi legitimasi proses pencalonan calon wakil presiden pada Pemilu Presiden 2024.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana dramaturgi komunikasi politik digunakan dalam membangun legitimasi proses pencalonan Gibran Rakabuming Raka sebagai calon wakil presiden pada Pemilu Presiden Tahun 2024. Berdasarkan hasil wawancara mendalam, observasi terhadap komunikasi politik di media massa dan media sosial, serta analisis berbagai dokumen resmi, ditemukan bahwa konstruksi legitimasi pencalonan Gibran dibentuk melalui lima tema utama, yaitu (1) pembentukan front stage politik, (2) pengelolaan back stage komunikasi politik, (3) strategi impression management, (4) penggunaan simbol-simbol politik sebagai instrumen legitimasi, dan (5) respons publik terhadap pertunjukan komunikasi politik.

1. Front Stage sebagai Representasi Legitimasi Politik

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi politik yang ditampilkan kepada publik (*front stage*) disusun secara sistematis untuk membangun citra Gibran Rakabuming Raka sebagai representasi pemimpin muda yang kompeten, inovatif, dan mampu melanjutkan pembangunan nasional. Seluruh aktivitas komunikasi politik yang dipublikasikan melalui media massa, media sosial, konferensi pers, maupun kampanye memperlihatkan konsistensi narasi mengenai regenerasi kepemimpinan nasional.

Berdasarkan observasi terhadap akun media sosial resmi pasangan Prabowo–Gibran selama masa pencalonan hingga kampanye, sebagian besar konten menampilkan aktivitas Gibran yang berinteraksi langsung dengan masyarakat, pelaku UMKM, komunitas anak muda, petani, serta tokoh agama. Visualisasi tersebut memperlihatkan citra kandidat yang sederhana, mudah diakses (*accessible leader*), dan dekat dengan

masyarakat. Penggunaan pakaian kasual, bahasa komunikasi yang sederhana, serta aktivitas sehari-hari merupakan bagian dari strategi untuk membangun persepsi mengenai kepemimpinan yang inklusif.

Berdasarkan wawancara kepada Informan 1, yang merupakan salah seorang akademisi komunikasi politik menjelaskan:

"Yang diperlihatkan kepada publik bukan hanya sosok Gibran sebagai calon wakil presiden, tetapi sebagai representasi generasi muda yang dianggap mampu meneruskan pembangunan. Semua aktivitas komunikasi yang muncul di media terlihat sangat terencana."

Pendapat serupa juga disampaikan oleh Informan 4 seorang jurnalis politik.

"Media mendapatkan banyak materi visual yang hampir semuanya memperlihatkan Gibran dalam suasana yang positif. Mulai dari bertemu masyarakat sampai berdiskusi dengan pelaku usaha kecil. Hampir tidak ada visual yang memperlihatkan konflik."

Hasil tersebut menunjukkan bahwa **front stage** dibangun melalui pengelolaan visual, narasi, simbol, dan aktivitas komunikasi yang diarahkan untuk memperoleh legitimasi publik.

2. Back Stage dalam Proses Pencalonan

Berbeda dengan front stage yang bersifat terbuka, hasil penelitian menunjukkan bahwa proses **back stage** lebih banyak berlangsung dalam ruang-ruang politik yang tidak terlihat oleh publik. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengamat politik dan pengurus partai, proses pencalonan melibatkan berbagai bentuk komunikasi internal seperti negosiasi politik, penyusunan strategi komunikasi, koordinasi antarpolisi koalisi, serta pengelolaan isu yang berkembang di masyarakat.

Informan 2 merupakan seorang pengamat politik menjelaskan bahwa proses pencalonan tidak hanya ditentukan oleh aspek administratif, tetapi juga oleh kemampuan elite politik mengelola komunikasi internal.

"Yang dilihat masyarakat hanyalah deklarasi dan kampanye. Padahal sebelum itu ada proses komunikasi yang panjang di antara elite partai, tim komunikasi, konsultan politik, dan berbagai pihak lainnya."

Hal serupa disampaikan oleh Informan 6 merupakan salah seorang anggota tim komunikasi politik.

"Setiap isu yang berkembang selalu dipetakan terlebih dahulu sebelum menentukan narasi yang akan disampaikan kepada publik. Jadi komunikasi politik berjalan berdasarkan skenario yang sudah disusun."

Observasi terhadap dinamika pemberitaan media menunjukkan bahwa berbagai isu kontroversial, seperti Putusan Mahkamah Konstitusi, isu politik dinasti, maupun kritik terhadap proses pencalonan, direspons melalui narasi yang relatif konsisten dari seluruh aktor politik pendukung. Hal tersebut menunjukkan adanya koordinasi komunikasi yang kuat pada level back stage.

3. Impression Management dalam Membangun Kepercayaan Publik

Tema ketiga yang muncul adalah **impression management** atau pengelolaan kesan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh aktivitas komunikasi politik diarahkan untuk membangun persepsi positif mengenai kapasitas, integritas, dan kedekatan Gibran dengan masyarakat.

Strategi tersebut dilakukan melalui beberapa pendekatan, yaitu:

- a. penggunaan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami;
- b. menampilkan aktivitas keseharian bersama masyarakat;
- c. menghindari konfrontasi politik secara langsung;
- d. memperkuat citra pemimpin muda yang adaptif terhadap teknologi digital; dan
- e. memperlihatkan hubungan harmonis dengan pasangan calon presiden.

Informan 5 yang merupakan seorang praktisi komunikasi politik menjelaskan:

"Yang dijual sebenarnya bukan hanya program kerja, tetapi karakter. Publik dibuat mengenal sosok Gibran sebagai pribadi yang sederhana, santai, dan dekat dengan anak muda."

Hasil observasi media sosial juga memperlihatkan bahwa sebagian besar unggahan memperoleh respons positif ketika menampilkan aktivitas nonformal dibandingkan aktivitas politik formal. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi lebih menekankan pembangunan hubungan emosional dibandingkan penyampaian informasi politik yang bersifat normatif.

4. Simbol Politik sebagai Instrumen Konstruksi Legitimasi

Hasil penelitian menemukan bahwa penggunaan simbol merupakan bagian penting dalam dramaturgi komunikasi politik. Simbol-simbol yang paling dominan meliputi:

- a. regenerasi kepemimpinan nasional;
- b. bonus demografi Indonesia;
- c. keberlanjutan pembangunan;
- d. transformasi digital;

- e. kepemimpinan muda;
- f. kesederhanaan;
- g. keberpihakan terhadap UMKM.

Simbol-simbol tersebut secara konsisten muncul dalam pidato politik, slogan kampanye, video kampanye, unggahan media sosial, maupun pemberitaan media.

Informan 3 yang merupakan seorang akademisi menjelaskan:

"Legitimasi tidak dibangun melalui argumentasi hukum semata, tetapi melalui simbol. Ketika publik terus melihat simbol pemimpin muda, maka lama-kelamaan simbol tersebut berubah menjadi identitas politik."

Observasi terhadap materi kampanye menunjukkan bahwa simbol visual lebih banyak digunakan dibandingkan penyampaian argumentasi substantif mengenai kebijakan publik. Hal tersebut memperlihatkan bahwa komunikasi politik lebih diarahkan pada pembangunan makna simbolik daripada persuasi rasional.

5. Respons Publik terhadap Dramaturgi Komunikasi Politik

Tema terakhir yang ditemukan adalah **respons publik** terhadap pertunjukan komunikasi politik. Berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat, ditemukan tiga bentuk respons utama.

- a. Kelompok pertama yang merupakan Informan 8 menerima pencalonan Gibran sebagai bentuk regenerasi kepemimpinan nasional.

"Menurut saya sudah waktunya anak muda diberi kesempatan memimpin negara."

- b. Kelompok kedua yang merupakan Informan 10 menerima pencalonan tersebut karena mempertimbangkan aspek legalitas.

"Kalau secara hukum sudah memenuhi syarat, berarti sah. Tinggal masyarakat yang menentukan melalui pemilu."

- c. Sementara kelompok ketiga yang merupakan Informan 9 menilai bahwa proses pencalonan masih menyisakan persoalan etika politik.

"Yang menjadi masalah bukan soal usia, tetapi bagaimana proses politiknya sehingga muncul persepsi adanya konflik kepentingan."

Observasi terhadap media sosial juga menunjukkan bahwa narasi pendukung dan penolak berkembang secara bersamaan selama masa pencalonan hingga kampanye. Hal tersebut memperlihatkan bahwa dramaturgi komunikasi politik tidak selalu menghasilkan legitimasi yang seragam, tetapi juga memunculkan proses delegitimasi dari kelompok masyarakat tertentu.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa legitimasi proses pencalonan Gibran Rakabuming Raka dibangun melalui pertunjukan komunikasi politik yang terstruktur. Front stage digunakan untuk menampilkan citra ideal kandidat, sedangkan back stage menjadi ruang penyusunan strategi komunikasi. Impression management memperkuat kepercayaan publik melalui pengelolaan karakter kandidat, sementara simbol-simbol politik digunakan sebagai instrumen utama dalam membangun makna politik. Respons publik yang beragam menunjukkan bahwa keberhasilan dramaturgi komunikasi politik sangat dipengaruhi oleh interpretasi audiens terhadap simbol dan narasi yang diproduksi selama proses pencalonan.

Pembahasan

Front Stage sebagai Arena Produksi Legitimasi Politik

Temuan penelitian menunjukkan bahwa **front stage** menjadi ruang utama dalam membangun legitimasi politik melalui representasi publik yang dikendalikan secara sistematis. Seluruh aktivitas komunikasi yang ditampilkan kepada masyarakat, baik melalui media massa, media sosial, kampanye, debat, maupun kegiatan sosial, dirancang untuk memperlihatkan Gibran Rakabuming Raka sebagai sosok pemimpin muda yang sederhana, adaptif, dekat dengan masyarakat, dan mampu melanjutkan pembangunan nasional. Representasi tersebut menunjukkan bahwa komunikasi politik tidak hanya bertujuan menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk persepsi kolektif mengenai identitas politik kandidat.

Temuan ini sejalan dengan konsep dramaturgical performance yang dikemukakan oleh Ercan dan Hendriks (2022), yang menjelaskan bahwa komunikasi politik merupakan proses penyusunan panggung (*staging*) agar aktor memperoleh legitimasi dari audiens melalui pengelolaan simbol, narasi, dan interaksi sosial. Dalam perspektif tersebut, keberhasilan komunikasi politik sangat ditentukan oleh kemampuan aktor mengendalikan bagaimana dirinya dipersepsikan oleh masyarakat, bukan hanya oleh substansi pesan yang disampaikan. Pada kasus pencalonan Gibran Rakabuming Raka, front stage diwujudkan melalui visualisasi aktivitas bersama masyarakat, kunjungan ke pelaku UMKM, dialog dengan generasi muda, kegiatan keagamaan, serta partisipasi dalam berbagai agenda publik. Aktivitas tersebut membentuk citra kandidat yang mudah diakses (*accessible leader*) dan memiliki kedekatan emosional dengan masyarakat. Temuan ini memperkuat penelitian Ariadi et al. (2024) yang menunjukkan bahwa kampanye politik pada Pemilu 2024 semakin mengandalkan visual dramatization melalui media sosial sebagai strategi membangun hubungan emosional dengan pemilih. Melalui visualisasi tersebut, kandidat tidak hanya memperkenalkan dirinya kepada masyarakat, tetapi juga membangun identitas politik yang sesuai dengan harapan publik. Selain itu, penggunaan media digital sebagai panggung komunikasi politik memperlihatkan perubahan paradigma komunikasi politik dari model komunikasi satu arah menuju komunikasi partisipatif. Chadwick (2021) menjelaskan bahwa dalam hybrid media system, komunikasi politik berlangsung melalui integrasi media konvensional dan media digital sehingga memungkinkan aktor politik

membangun legitimasi secara simultan pada berbagai ruang komunikasi. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi tersebut digunakan secara konsisten selama proses pencalonan Gibran Rakabuming Raka.

Back Stage sebagai Ruang Produksi Strategi Komunikasi Politik

Hasil penelitian juga menemukan bahwa legitimasi politik dibangun melalui proses back stage yang tidak terlihat oleh publik. Back stage merupakan ruang tempat berlangsungnya negosiasi elite politik, penyusunan strategi komunikasi, koordinasi antartim kampanye, pengelolaan isu, serta penyusunan narasi yang akan ditampilkan kepada masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi politik yang terlihat di ruang publik merupakan hasil dari proses perencanaan yang matang. Temuan tersebut mendukung penelitian Indrayani (2025), yang menjelaskan bahwa dramaturgi politik pada media sosial merupakan hasil kerja kolektif yang melibatkan konsultan politik, ahli komunikasi, pengelola media sosial, fotografer, hingga analis opini publik. Dengan demikian, citra kandidat yang muncul di hadapan masyarakat bukan merupakan ekspresi spontan, melainkan hasil konstruksi komunikasi yang dirancang untuk mencapai tujuan politik tertentu. Dalam konteks pencalonan Gibran Rakabuming Raka, koordinasi komunikasi terlihat dari konsistensi narasi yang disampaikan oleh partai politik pendukung, tim kampanye, relawan, maupun tokoh politik lainnya ketika merespons isu-isu yang berkembang, seperti Putusan Mahkamah Konstitusi, politik dinasti, dan legitimasi pencalonan. Konsistensi pesan tersebut memperlihatkan bahwa komunikasi politik berjalan berdasarkan skenario komunikasi yang telah dirancang sebelumnya. Temuan ini memperluas hasil penelitian Moekahar et al. (2025), yang menyatakan bahwa efektivitas komunikasi politik digital tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas konten yang dipublikasikan, tetapi juga oleh koordinasi komunikasi di balik layar (*back stage*) yang memastikan seluruh aktor menyampaikan narasi yang sama kepada masyarakat.

Impression Management dalam Membangun Kepercayaan Publik

Salah satu temuan penting penelitian ini adalah penggunaan impression management sebagai strategi utama membangun kepercayaan publik. Pengelolaan kesan dilakukan melalui penyajian karakter kandidat yang sederhana, komunikatif, dekat dengan masyarakat, serta memiliki kemampuan kepemimpinan yang sesuai dengan kebutuhan generasi muda. Temuan ini mendukung penelitian Enli (2023), yang menjelaskan bahwa autentisitas dalam komunikasi politik digital bukan merupakan kondisi alami, melainkan hasil dari proses konstruksi komunikasi yang dirancang agar kandidat tampak lebih dekat dengan masyarakat. Dalam konteks ini, kesan "autentik" dibangun melalui pemilihan visual, bahasa komunikasi, aktivitas keseharian, dan interaksi langsung yang dipublikasikan secara konsisten. Strategi tersebut terlihat jelas dalam komunikasi politik Gibran Rakabuming Raka. Sebagian besar konten komunikasi menampilkan aktivitas nonformal dibandingkan aktivitas birokratis. Kandidat lebih sering diperlihatkan berdialog dengan masyarakat, mengunjungi pelaku usaha kecil,

menggunakan pakaian kasual, dan berinteraksi secara santai dengan generasi muda. Temuan ini menunjukkan bahwa pembentukan legitimasi lebih banyak dibangun melalui kedekatan emosional dibandingkan argumentasi rasional mengenai kebijakan publik. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan Medina Serrano et al. (2020), yang menjelaskan bahwa media sosial telah mengubah komunikasi politik menjadi lebih personal sehingga masyarakat menilai kandidat berdasarkan karakter personal yang ditampilkan, bukan hanya berdasarkan ideologi atau program politik.

Simbol Politik sebagai Instrumen Legitimasi

Penelitian ini menemukan bahwa penggunaan simbol politik menjadi instrumen utama dalam membangun legitimasi pencalonan Gibran Rakabuming Raka. Simbol-simbol seperti kepemimpinan muda, keberlanjutan pembangunan, bonus demografi, transformasi digital, dan dukungan terhadap UMKM muncul secara konsisten dalam berbagai bentuk komunikasi politik. Dalam perspektif komunikasi politik, simbol memiliki fungsi untuk menyederhanakan realitas politik yang kompleks menjadi pesan-pesan yang mudah dipahami masyarakat. Alexander (2021) menjelaskan bahwa simbol merupakan elemen utama dalam political performance karena memungkinkan masyarakat membangun identifikasi emosional terhadap kandidat tanpa harus memahami keseluruhan substansi kebijakan. Pada penelitian ini, simbol-simbol tersebut berhasil membangun narasi bahwa Gibran merupakan representasi generasi muda yang siap melanjutkan pembangunan nasional. Namun, pada saat yang sama muncul pula simbol tandingan berupa politik dinasti, krisis etika demokrasi, dan konflik kepentingan yang diproduksi oleh kelompok oposisi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa legitimasi politik merupakan hasil dari kompetisi simbolik di ruang publik. Temuan ini mendukung penelitian Sinaga & Kristiyani. (2024), yang menunjukkan bahwa kontestasi politik pada Pemilu 2024 berlangsung melalui pertarungan simbol dan narasi dibandingkan perdebatan mengenai substansi kebijakan publik.

Respons Publik terhadap Dramaturgi Komunikasi Politik

Temuan terakhir menunjukkan bahwa respons masyarakat terhadap dramaturgi komunikasi politik tidak bersifat homogen. Sebagian masyarakat menerima pencalonan Gibran sebagai bentuk regenerasi kepemimpinan nasional, sementara sebagian lainnya tetap mempertanyakan aspek etika dan proses politik yang melatarbelakangi pencalonan tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa legitimasi politik merupakan hasil interpretasi sosial yang dipengaruhi oleh pengalaman, preferensi politik, orientasi ideologis, serta informasi yang diterima masyarakat. Dengan kata lain, keberhasilan dramaturgi komunikasi politik tidak hanya ditentukan oleh kualitas pertunjukan politik, tetapi juga oleh kemampuan audiens menerima dan memaknai simbol-simbol yang diproduksi. Hasil penelitian ini mendukung teori komunikasi politik kontemporer yang menyatakan bahwa audiens bukan lagi penerima pesan secara pasif, melainkan aktor aktif yang menafsirkan, memodifikasi, bahkan mendistribusikan kembali narasi

politik melalui media digital (Chadwick, 2021; McNair, 2022). Oleh karena itu, legitimasi politik pada era demokrasi digital bersifat dinamis, terus berubah, dan dipengaruhi oleh interaksi antara aktor politik, media, serta masyarakat.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana dramaturgi komunikasi politik digunakan dalam mengonstruksi legitimasi proses pencalonan Gibran Rakabuming Raka sebagai calon wakil presiden pada Pemilu Presiden Tahun 2024. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa legitimasi pencalonan tidak hanya dibangun melalui aspek legalitas formal berdasarkan ketentuan konstitusi dan peraturan pemilihan umum, tetapi juga melalui praktik komunikasi politik yang dikonstruksi secara sistematis sebagai sebuah pertunjukan politik (*political performance*). Dalam konteks tersebut, komunikasi politik berfungsi sebagai instrumen strategis untuk membentuk persepsi, memperoleh kepercayaan, serta menciptakan penerimaan publik terhadap proses pencalonan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat lima dimensi utama yang membentuk konstruksi legitimasi, yaitu front stage, back stage, impression management, penggunaan simbol politik, dan respons audiens. Pada dimensi front stage, komunikasi politik diarahkan untuk membangun representasi Gibran Rakabuming Raka sebagai pemimpin muda, adaptif, dekat dengan masyarakat, dan mampu melanjutkan pembangunan nasional. Representasi tersebut diproduksi secara konsisten melalui media massa, media sosial, pidato politik, kampanye, serta berbagai aktivitas publik yang memperkuat citra positif kandidat. Sementara itu, back stage menjadi ruang berlangsungnya proses penyusunan strategi komunikasi, koordinasi antarelite politik, pengelolaan isu, dan penyelarasan narasi sehingga komunikasi yang tampil di ruang publik memperlihatkan konsistensi pesan politik. Penelitian ini juga menemukan bahwa impression management menjadi strategi penting dalam membangun legitimasi melalui pengelolaan karakter kandidat yang sederhana, komunikatif, serta memiliki kedekatan emosional dengan masyarakat. Di samping itu, penggunaan simbol-simbol politik seperti regenerasi kepemimpinan, keberlanjutan pembangunan, bonus demografi, transformasi digital, dan keberpihakan kepada UMKM menjadi instrumen utama dalam membentuk identitas politik kandidat. Namun demikian, proses konstruksi legitimasi tersebut tidak berlangsung secara linear karena diikuti oleh munculnya kontra-narasi mengenai politik dinasti, etika demokrasi, dan independensi lembaga negara. Hal ini menunjukkan bahwa legitimasi politik merupakan hasil dari proses negosiasi makna yang berlangsung secara dinamis melalui interaksi antara aktor politik, media, dan masyarakat.

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi politik dengan mengintegrasikan perspektif dramaturgi dan teori legitimasi politik dalam menjelaskan proses pembentukan legitimasi pada era demokrasi digital. Penelitian ini memperlihatkan bahwa konsep front stage, back stage, impression management, dan simbol politik tidak hanya relevan untuk menjelaskan interaksi sosial, tetapi juga mampu menjelaskan

mekanisme pembentukan legitimasi politik dalam kontestasi elektoral kontemporer. Dengan demikian, penelitian ini memperluas penerapan teori dramaturgi ke dalam kajian komunikasi politik Indonesia yang selama ini lebih banyak didominasi oleh perspektif framing, agenda setting, maupun political marketing. Secara praktis, temuan penelitian memberikan implikasi bahwa aktor politik, partai politik, dan tim kampanye perlu membangun komunikasi politik yang tidak hanya efektif dalam membentuk citra, tetapi juga menjunjung tinggi prinsip transparansi, akuntabilitas, dan etika politik agar legitimasi yang terbentuk tidak hanya bersifat simbolik, tetapi juga memperoleh kepercayaan publik secara berkelanjutan. Bagi penyelenggara pemilu dan pembuat kebijakan, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dalam memahami pentingnya pengelolaan komunikasi publik sebagai bagian dari penguatan kualitas demokrasi. Sementara bagi akademisi, penelitian ini membuka ruang pengembangan kajian mengenai dramaturgi komunikasi politik dalam berbagai konteks politik kontemporer di Indonesia. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Analisis hanya difokuskan pada proses pencalonan Gibran Rakabuming Raka sebagai calon wakil presiden pada Pemilu Presiden 2024 sehingga temuan penelitian belum dapat digeneralisasikan pada konteks politik yang lebih luas. Selain itu, penelitian lebih menitikberatkan pada analisis komunikasi politik dan belum mengukur secara empiris pengaruh dramaturgi komunikasi terhadap perilaku memilih maupun tingkat kepercayaan publik secara kuantitatif. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan pendekatan mixed methods dengan mengombinasikan analisis kualitatif dan kuantitatif, memperluas objek penelitian pada berbagai aktor politik atau pemilihan kepala daerah, serta mengeksplorasi peran kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), algoritma media sosial, influencer politik, dan komunikasi digital dalam membentuk legitimasi politik di era demokrasi digital. Dengan demikian, pemahaman mengenai hubungan antara dramaturgi komunikasi politik, media digital, dan legitimasi demokrasi dapat berkembang secara lebih komprehensif dan kontekstual.

REFERENSI

- Alexander, J. C. (2021). *The drama of social life*. Polity Press.
- Braun, V., & Clarke, V. (2022). *Thematic analysis: A practical guide*. SAGE Publications.
- Chadwick, A. (2021). *The hybrid media system: Politics and power* (2nd ed.). Oxford University Press.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2024). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Ercan, S. A., & Hendriks, C. M. (2022). *The Oxford handbook of deliberative democracy*. Oxford University Press.
- Flick, U. (2022). *An introduction to qualitative research* (7th ed.). SAGE Publications.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Anchor Books.

- Indrayani, I. I. (2025). The Battle of Images on Instagram: Comparison Analysis on Impression Management Strategies of Indonesian Presidential Candidates in the 2024 Election. *Jurnal Komunikasi*, 17(2), 265-283.
- McNair, B. (2022). *An introduction to political communication* (7th ed.). Routledge.
- Medina Serrano, J. C., Papakyriakopoulos, O., & Hegelich, S. (2020). Dancing to the partisan beat: A first analysis of political communication on TikTok. In *Proceedings of the 12th ACM Conference on Web Science* (pp. 257-266). <https://doi.org/10.1145/3394231.3397916>
- Moekahar, F., Syafhendry, S., Hardiyanti, F., Sunardi, S., & Rafida, N. (2025). Tren Dramaturgi Kampanye Pemilu 2024 Di Instagram. *Bureaucracy Journal : Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance*, 5(2), 1321-1332. <https://doi.org/10.53363/bureau.v5i2.639>
- Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 19 Tahun 2023 tentang Pencalonan Peserta Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden.
- Putusan Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia Nomor 90/PUU-XXI/2023 tentang Pengujian Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum terhadap Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- Saunders, B., Sim, J., Kingstone, T., Baker, S., Waterfield, J., Bartlam, B., Burroughs, H., & Jinks, C. (2023). Saturation in qualitative research: Exploring its conceptualization and operationalization. *Quality & Quantity*, 57(4), 1893-1907.
- Sinaga, G. A., & Kristiyani, D. N. (2024). Personal Political Branding: Framing Pemberitaan Gibran Rakabuming Pada Majalah Tempo Edisi "Ugal-Ugalan Paman Gibran". *KOMUNIKATIF: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 13(2), 179-192. <https://doi.org/10.33508/jk.v13i2.5856>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum.
- Yin, R. K. (2024). *Case study research and applications: Design and methods* (7th ed.). SAGE Publications.