

Memimpin Dengan Narasi Populis

Analisis Peran dan Tindak Komunikasi Publik Presiden Indonesia

Mochamad Taufiq Hidayat

Universitas Gadjah Mada Yogyakarta

mochamadtaufiqhidayat@mail.ugm.ac.id

ABSTRAK

Fenomena populisme semakin menonjol sebagai gaya kepemimpinan politik, termasuk di Indonesia. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana populisme memengaruhi strategi komunikasi publik dan peran kepemimpinan dalam membangun legitimasi serta mengelola ruang publik. Kajian ini menggunakan pendekatan literatur dengan analisis interpretatif berbasis hermeneutik dan kerangka meta-governance serta inovasi kolaboratif. Data dikumpulkan dari 34 artikel jurnal terindeks dan dianalisis menggunakan teknik pengkodean serta kategorisasi tematik. Fokus utama diarahkan pada dua figur populis, Joko Widodo dan Prabowo Subianto, dengan periode analisis 2014-2024. Hasil menunjukkan bahwa Jokowi menekankan komunikasi emosional berbasis kedekatan melalui bblusukan dan media sosial untuk memperkuat citra wong cilik, sedangkan Prabowo lebih menonjolkan narasi konfrontatif "rakyat versus elite" dengan basis nasionalisme dan agama konservatif. Strategi ini sama-sama efektif membangun dukungan elektoral, tetapi berisiko mempersempit ruang deliberatif memperkuat polarisasi, dan melemahkan tata kelola kolaboratif. Temuan ini menegaskan bahwa komunikasi populis dalam kepemimpinan Indonesia bersifat ambivalen: memperkuat legitimasi sekaligus berpotensi mengikis prinsip demokrasi partisipatif di era digital.

Kata Kunci: populisme, kepemimpinan, komunikasi publik, inovasi kolaboratif, Joko Widodo, Prabowo Subianto

ABSTRACT

Populism has increasingly emerged as a dominant leadership style in contemporary politics, including in Indonesia. This study aims to analyze how populist ideologies shape public communication strategies and leadership roles in building legitimacy and managing the public sphere. The research employs a literature-based interpretive approach using hermeneutics and applies the meta-governance and collaborative innovation framework. The analysis focuses on two key populist figures, Joko Widodo and Prabowo Subianto, within the 2014-2024 period. Findings indicate that Jokowi emphasizes emotional communication and proximity through blusukan and social media to reinforce his image as wong cilik, while Prabowo advances a confrontational "people versus elite" narrative grounded in nationalism and conservative Islam. Both strategies effectively consolidate electoral support but simultaneously risk narrowing deliberative spaces, reinforcing polarization, and weakening collaborative governance. The study concludes that populist communication in Indonesian leadership is ambivalent: strengthening legitimacy on one hand while potentially eroding participatory democratic principles in the digital era.

Keywords: *populism, leadership, public communication, collaborative innovation, Joko Widodo, Prabowo Subianto*

A. PENDAHULUAN

Di tengah transformasi lanskap politik global dan meningkatnya pengaruh populisme, komunikasi publik menjadi medan strategis yang menentukan arah dan legitimasi kepemimpinan politik. Di Indonesia, fenomena populisme tidak hanya membentuk cara pemimpin menyampaikan pesan politik, tetapi juga memengaruhi bagaimana kebijakan dirancang, dikomunikasikan, dan diterima oleh masyarakat. Gaya komunikasi yang emosional, langsung, dan simplistik, sebagaimana lazim dalam kepemimpinan populis, sering kali menekankan kedekatan dengan rakyat namun mengabaikan prinsip deliberasi, transparansi, dan partisipasi publik yang menjadi pilar komunikasi pemerintahan demokratis.

Tema pemimpin dan kepemimpinan cukup banyak dibahas dalam berbagai perspektif. Dalam satu dekade terakhir, kajian kepemimpinan banyak dicermati dari manajemen perubahan, inovasi

(Setiawan, dkk, 2024), karakteristik (Power, 2018), hingga ideologi (Mietzner, 2020), gaya komunikasi (Engesser, dkk, 2016; Purdey, 2024) maupun komunikasi publik (Shabangu, 2024).

Hasil eksplorasi Paschoiotto, Cunha & da Silva (2024) menemukan bagaimana pemimpin dapat secara efektif mendorong inovasi kolaboratif sektor publik dengan penekanan pada peran dan tindakan pemimpin. Kerangka ini memiliki manfaat untuk memetakan seperti apa kontribusi pemimpin publik dalam memfasilitasi inovasi dengan memperhatikan tantangan yang ada.

Sebagai salah satu faktor pendorong, Mudde (2004) menyebutkan ideologi populisme yang mengemuka dalam satu dekade terakhir telah menjadi gaya politik yang mengklaim mewakili suara rakyat biasa (*the people*) dianggap tertindas oleh elite politik, ekonomi, atau budaya. Populisme secara sederhana membagi masyarakat terbagi menjadi dua kelompok homogen yang

antagonistik yaitu rakyat murni (*the pure people*) dan elite yang korup (*the corrupt elite*). Populisme percaya bahwa politik seharusnya menjadi ekspresi kehendak umum rakyat (Mudde, 2004, p. 543).

Dalam kontestasi Pemilihan Presiden Tahun 2019, populisme juga tampak melalui retorika Prabowo Subianto yang menekankan dikotomi antara rakyat murni dan elite korup. Dalam beberapa pidato, ia menuduh elite telah meremehkan rakyat dan bersikap manipulatif, sembari memosisikan dirinya sebagai bagian dari elite yang patriotik dan berpihak pada rakyat (tirto.id, 2019). Retorika ini sejalan dengan definisi populisme menurut Mudde (2004), meski dalam praktiknya, populisme di Indonesia seringkali berfungsi lebih sebagai strategi komunikasi politik ketimbang sebuah ideologi substantif (Deha, 2021).

Sebelumnya populisme di Indonesia juga terlihat dalam strategi komunikasi Presiden Joko Widodo (Jokowi). Sejak Pilpres 2014, Jokowi membangun citra sebagai orang biasa (*wong cilik*) yang sederhana, dekat dengan rakyat, dan

berlawanan dengan elite politik mapan. Simbol kesederhanaan yang banyak ditampilkan seperti blusukan ke pasar atau makan di warung kaki lima untuk menegaskan kedekatan dengan rakyat (Mietzner, 2015). Retorika Jokowi juga menekankan dikotomi kami (rakyat) versus mereka (elite yang tidak peduli), meskipun ia sendiri merupakan bagian dari elite politik setelah menjabat. Hal ini menunjukkan bagaimana populisme dapat berfungsi sebagai gaya politik yang fleksibel, tidak hanya untuk oposisi, tetapi juga untuk penguasa (Aspinall & Mietzner, 2019).

Tidak hanya berpengaruh terhadap peran dan tindakan, ideologi populisme juga membentuk cara komunikasi publik pemimpin, baik dalam penyampaian dan penerimaan pesan antara pemerintah dan masyarakat yang bertujuan untuk membangun pemahaman bersama mengenai kebijakan, program, dan layanan publik. Hal ini juga mencakup berbagai aspek seperti urusan publik, informasi publik, hubungan masyarakat, komunikasi krisis, dan komunikasi risiko (OECD, 2020).

Kajian ini ditujukan untuk menjelaskan untuk memahami hubungan antara gaya kepemimpinan populis, strategi komunikasi publik, dan dinamika inovasi kebijakan kolaboratif di Indonesia. Hasil kajian ini memberikan kontribusi teoritis terhadap literatur komunikasi politik dan kebijakan publik, serta menawarkan wawasan praktis bagi pengambil kebijakan, komunikator publik, dan akademisi dalam merancang pendekatan komunikasi yang lebih partisipatif dan adaptif di era polarisasi digital.

Tujuan penelitian ini menganalisis peran komunikasi publik para pemimpin populis di Indonesia, khususnya Joko Widodo dan Prabowo Subianto, dalam membentuk relasi antara rakyat dan elite politik. Analisis peran yang dimaksud berfokus pada bagaimana strategi komunikasi mereka melalui retorika, simbol kesederhanaan, maupun narasi antagonistik terhadap elite digunakan untuk mengartikulasikan kedekatan dengan rakyat serta memperoleh legitimasi politik. Dalam konteks komunikasi publik, penelitian ini

tidak hanya menilai efektivitas komunikasi sebagai alat persuasi politik, tetapi juga mengkaji fungsinya sebagai instrumen kekuasaan yang dapat memperkuat atau justru melemahkan tata kelola kolaboratif dan inklusif.

Urgensi kajian ini terletak pada kebutuhan untuk memahami bagaimana komunikasi publik pemimpin populis beroperasi di era digital dan dalam masyarakat yang semakin terpolarisasi. Strategi komunikasi Joko Widodo dengan gaya populisme keseharian seperti blusukan dan narasi wong cilik serta strategi Prabowo Subianto dengan retorika oposisi yang menekankan dikotomi antara rakyat murni dan elite korup menunjukkan bagaimana komunikasi publik membentuk ruang wacana kebijakan sekaligus legitimasi pemerintahan (Mudde, 2004; Mietzner, 2015; Aspinall & Mietzner, 2019). Oleh karena itu, analisis kritis terhadap hubungan antara populisme dan komunikasi publik menjadi sangat penting untuk mengevaluasi kualitas demokrasi dan arah pembangunan kebijakan di Indonesia.

Dalam era digital dan masyarakat yang makin terpolarisasi, strategi komunikasi yang dipilih oleh pemimpin populis seperti Joko Widodo dan Prabowo Subianto memiliki dampak besar terhadap ruang publik. Pertama, komunikasi populis dapat memperkuat legitimasi politik melalui penciptaan narasi kedekatan dengan rakyat. Joko Widodo membawa narasi wong cilik untuk membangun citra sebagai pemimpin sederhana yang dekat dengan rakyat (Aspinall & Mietzner, 2019). Hal ini berdampak pada meningkatnya penerimaan publik terhadap kebijakan pemerintah, sekaligus memperkuat personalisasi politik.

Kedua, komunikasi populis juga dapat mempersempit ruang deliberatif dengan menegaskan dikotomi antara rakyat murni dan elite korup. Retorika seperti yang sering digunakan Prabowo Subianto memperkuat polarisasi sosial, yang dalam jangka panjang dapat mengikis kualitas demokrasi deliberatif karena perbedaan pandangan lebih sering diposisikan secara antagonistik ketimbang dialogis (Mietzner, 2020). Polarisasi

ini, ketika diperkuat oleh ekosistem digital dan media sosial, menciptakan ruang publik yang lebih mudah dipenuhi oleh misinformasi dan politik identitas (Tapsell, 2017).

Ketiga, strategi komunikasi populis juga berdampak pada tata kelola kebijakan. Alih-alih mendorong praktik kolaboratif dan inklusif, komunikasi yang terlalu berfokus pada pencitraan populis dapat mengaburkan transparansi proses kebijakan serta melemahkan partisipasi kritis warga. Dengan demikian, analisis kritis terhadap populisme dan komunikasi publik penting dilakukan untuk menilai apakah praktik komunikasi para pemimpin tersebut memperkuat legitimasi demokrasi atau justru memperdalam fragmentasi sosial politik di Indonesia.

Oleh karena itu, analisis kritis terhadap hubungan antara populisme dan komunikasi publik menjadi sangat penting untuk mengevaluasi kualitas demokrasi dan arah pembangunan kebijakan di Indonesia.

Lebih jauh, kajian ini berkontribusi pada pengembangan pengetahuan dalam bidang

komunikasi publik dengan menyoroti bagaimana praktik komunikasi populis dapat memenggirkan partisipasi substantif dan mempersempit diskursus publik. Dengan menggali dinamika ini melalui pendekatan teoritis dan kajian literatur yang sistematis, penelitian ini memberikan landasan yang kuat bagi pembuat kebijakan, akademisi, dan praktisi komunikasi untuk merancang strategi komunikasi yang tidak hanya efektif secara politis, tetapi juga etis, transparan, dan partisipatif.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Populisme dan Komunikasi Publik

Populisme sebagai ideologi yang diadopsi menjadi gaya kepemimpinan bukan fenomena baru. Populisme muncul dalam berbagai bentuk sepanjang sejarah, terutama dalam konteks ketidakpuasan terhadap elite politik dan ekonomi. Secara global, gelombang populisme dapat mulai tampak pada akhir abad ke-19 sampai awal abad ke-20 yang ditandai dengan gerakan agraria People's Party di Amerika Serikat (USA) dan gerakan sosialis di Eropa

yang menentang industrialisasi dan kapitalisme finansial. Sementara di Amerika Latin, muncul pemimpin seperti Juan Perón (Argentina); di negara berkembang pasca-kolonial hadir Indira Gandhi (India), Ferdinand Marcos (Filipina), serta Soekarno (Indonesia) (Mietzner, 2020).

Populisme di Indonesia berevolusi mengikuti dinamika politik dan sosial-ekonomi. Dari nasionalisme revolucioner (Soekarno) dan pembangunanisme otoriter (Soeharto) menuju populisme elektoral berbasis identitas (Joko Widodo dan Prabowo Subianto). Isu ketimpangan, korupsi, dan agama tetap menjadi instrumen mobilisasi. Di era digital, populisme makin terfragmentasi, namun tetap efektif mempolarisasi masyarakat (Warburton, 2025; Hadiz, 2016; Aspinall, 2016).

Komunikasi publik secara konseptual dipahami sebagai proses penyampaian dan penerimaan pesan antara pemerintah dan masyarakat yang bertujuan membangun pemahaman bersama terkait kebijakan, program, dan

layanan publik (OECD, 2020). Fungsi utama komunikasi publik tidak hanya terletak pada diseminasi informasi, tetapi juga pada penciptaan ruang dialogis yang memungkinkan masyarakat terlibat secara aktif dalam proses pengambilan keputusan (Habermas, 1984; McNair, 2011). Komunikasi publik mencakup berbagai aspek, seperti informasi publik, hubungan masyarakat, komunikasi krisis, hingga komunikasi risiko, yang seluruhnya berkontribusi terhadap legitimasi dan efektivitas kebijakan pemerintah (Grunig & Hunt, 1984; Heath & O'Hair, 2020; Mergel, 2017).

Pendekatan komunikasi publik, bisa dimaknai sebagai bentuk komunikasi yang ditujukan untuk khalayak umum, sering kali bersifat persuasif dan digunakan dalam konteks politik, pemasaran, atau sosial (Morissan, 2013). Lebih sering, komunikasi ini bersifat terbuka, melibatkan media massa, platform digital, atau forum publik seperti pidato, kampanye, dan debat (Engesser, dkk, 2016).

Dalam konteks kebijakan, komunikasi kebijakan didefinisikan sebagai proses penyampaian

informasi yang berkaitan dengan kebijakan publik dari pemerintah kepada masyarakat, dengan tujuan memperoleh dukungan, partisipasi, dan pemahaman yang lebih baik dari publik (Canel & Sanders, 2012). Komunikasi kebijakan yang efektif tidak hanya membangun kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah, tetapi juga meminimalisasi risiko miskomunikasi dan resistensi terhadap kebijakan (Pratama & Sari, 2022). Di Indonesia, komitmen terhadap keterbukaan informasi telah dilembagakan melalui Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, yang menekankan pentingnya akses publik terhadap informasi sebagai bentuk transparansi dan akuntabilitas negara (Aritonang, 2011; Mahaphan, 2025).

Berbagai model komunikasi publik telah dikembangkan untuk memandu hubungan antara pemerintah dan masyarakat. Model-model ini umumnya menekankan komunikasi dua arah, transparansi, serta keterlibatan aktif masyarakat dalam proses formulasi dan evaluasi kebijakan (OECD, 2020). Namun,

dalam praktik populisme kontemporer, komunikasi publik kerap bergeser menjadi alat mobilisasi politik yang bersifat emosional, simplistik, dan satu arah. Gaya komunikasi ini, meskipun efektif dalam membangun citra dan dukungan elektoral, berisiko mempersempit ruang deliberatif dan mengerdilkan partisipasi substantif publik. Oleh karena itu, kajian ini memposisikan populisme sebagai tantangan terhadap ideal komunikasi publik yang demokratis, sekaligus sebagai konteks yang penting untuk memahami dinamika komunikasi kebijakan di Indonesia saat ini.

Komunikasi publik menjadi alat utama penyebaran populisme. Penggunaan bahasa yang membangkitkan emosi, penyederhanaan isu, pemanfaatan platform digital untuk komunikasi langsung, dan pembentukan dikotomi "kami vs mereka" adalah taktik komunikasi yang efektif dalam membangun dan mempertahankan dukungan populis (Engesser dkk., 2016). Dalam konteks komunikasi publik, pemimpin populis kerap berkomunikasi secara emosional, sering melalui media sosial, untuk

menjangkau massa secara langsung untuk menunjukkan kharisma (Müller, 2016; Hawkins dkk, 2019).

Populisme, sebagai ideologi yang mengklaim membela "rakyat kecil" melawan "elit korup," sangat bergantung pada komunikasi publik. Pemimpin populis menggunakan retorika emosional dan menyederhanakan isu kompleks menjadi narasi yang untuk menarik dukungan. Pembentukan "musuh bersama" melalui komunikasi publik menjadi strategi kunci untuk memperkuat identitas kelompok dan memobilisasi massa (Laclau, 2005; Mudde, 2004).

Peran dan Tindakan Pemimpin Populis

Müller (2016) atau Hawkins dkk (2019) mengidentifikasi karakteristik pemimpin populis memiliki retorika anti-kemapanan dengan menyerang elit politik, media, atau lembaga tradisional sebagai musuh rakyat. Selain itu, kerap menyampaikan klaim representasi eksklusif atau mengaku sebagai satu-satunya suara sah rakyat, menolak oposisi sebagai tidak legitimate. Dalam konteks kelembagaan, pemimpin populis

cenderung melemahkan lembaga demokrasi (peradilan, pers, pemilu) jika dianggap menghalangi kehendaknya, atau bisa disebut sebagai erosi checks and balances. Populisme bisa muncul dalam demokrasi maupun rezim otoriter, dan pemimpin populis sering menggunakan retorika inklusif untuk rakyatnya tetapi eksklusif terhadap kelompok yang dianggap "ancaman."

Pemimpin populis memiliki strategi komunikasi yang berbeda dalam kebangkitan dan pengaruh mereka. Strategi ini sering kali melibatkan komunikasi langsung tanpa perantara dengan publik, melewati saluran media tradisional. Pendekatan ini sangat efektif di platform media sosial, di mana para pemimpin dapat terlibat langsung dengan masyarakat dan membangun wacana politik serta kepemimpinan mereka (Sinha, 2017; Sintes-Olivella dkk, 2020, Giusta, 2023).

Pemimpin populis sering kali berkomunikasi langsung dengan masyarakat melalui media sosial, menciptakan rasa kedekatan dan keterlibatan langsung. Metode ini

terutama digunakan oleh Narendra Modi di India untuk membangun koalisi dukungan yang luas (Sinha, 2017). Para pemimpin populis cenderung menggunakan otoritas personalistik, menampilkan diri mereka sebagai satu-satunya perwakilan kehendak rakyat, sering kali melewati mekanisme checks and balances institusional (Giusta, 2023).

Ciri umum dari komunikasi populis adalah penggambaran elite yang korup versus rakyat yang berbudi luhur. Retorika ini digunakan untuk memobilisasi dukungan dan menciptakan dikotomi yang jelas antara rakyat dan elite (Sengul, 2023; Bapista dkk, 2022).

Para pemimpin populis sering kali menggunakan bahasa yang lugas dan sederhana untuk membuat pesan mereka lebih mudah diakses dan dipahami oleh masyarakat umum. Strategi ini membantu menggalang dukungan yang lebih luas dengan membuat isu-isu yang kompleks menjadi tampak sederhana Decadri & Boussalis, 2020).

C. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui metode kajian literatur sistematis yang dikombinasikan dengan analisis tematik kritis. Kajian ini mengacu pada prinsip bahwa tinjauan pustaka yang sistematis memungkinkan identifikasi dan sintesis literatur secara transparan dan terstruktur (Boell & Cecez-Kecmanovic, 2015).

Literatur ditelusuri melalui basis data ilmiah seperti Scopus, JSTOR, dan Google Scholar menggunakan kata kunci yang relevan, dengan batasan publikasi antara 2014 hingga 2024. Seleksi dilakukan berdasarkan tiga kriteria: fokus pada hubungan antara kepemimpinan politik dan komunikasi publik, keterkaitan dengan populisme dan/atau inovasi kebijakan, serta keberadaan kerangka teoritis atau data empiris. Hasil seleksi menghasilkan 34 artikel yang dianalisis secara mendalam menggunakan teknik pengkodean dan kategorisasi tematik (Thomas & Harden, 2008).

Analisis dalam kajian literatur ini dilakukan secara bertahap dengan pendekatan interpretatif untuk mengungkap makna kontekstual dari

narasi populis dan strategi komunikasi publik yang digunakan oleh para pemimpin. Pertama, penelusuran literatur dilakukan melalui basis data akademik internasional seperti Scopus, Web of Science, dan Google Scholar dengan kata kunci "populism," "public communication," "Indonesia," dan "leadership." Proses ini bertujuan mengidentifikasi artikel kunci yang membahas fenomena populisme dalam konteks politik global dan lokal. Kedua, literatur yang ditemukan diseleksi menggunakan kriteria relevansi, keterkinian (minimal lima tahun terakhir untuk konteks Indonesia), serta kredibilitas sumber.

Langkah berikutnya adalah melakukan analisis interpretatif dengan merujuk pada pendekatan hermeneutik dalam studi kebijakan (Yanow, 2000), yaitu menafsirkan teks politik dan komunikasi untuk memahami makna simbolik serta relasi kekuasaan yang dibangun. Selanjutnya, tema utama ditentukan melalui proses kategorisasi literatur, yang menghasilkan fokus pada tiga isu kunci: legitimasi politik, polarisasi ruang publik, dan tata kelola

kebijakan kolaboratif. Kerangka meta-governance dan inovasi kolaboratif dari Paschoiotto, Cunha, dan da Silva (2024) digunakan untuk menilai sejauh mana strategi komunikasi populis dapat mendorong atau justru menghambat praktik kolaboratif dalam tata kelola publik.

Akhirnya, analisis dikontekstualisasikan pada praktik komunikasi dan kepemimpinan dua tokoh populis di Indonesia, yaitu Joko Widodo dengan gaya populisme keseharian dan Prabowo Subianto dengan retorika antagonistik. Perbandingan ini memungkinkan pemetaan dampak komunikasi populis terhadap legitimasi pemerintah, dinamika ruang publik, serta kualitas demokrasi di Indonesia.

Penelitian ini membatasi literatur internasional pada periode 2000-2024 untuk menangkap perkembangan teori populisme dan komunikasi publik secara global serta perkembangan baru seperti meta-governance dan inovasi kolaboratif (Paschoiotto, Cunha, & da Silva, 2024), dan fokus pada tahun 2014-2024 agar dapat menganalisis

strategi komunikasi pemimpin populis Joko Widodo dan Prabowo Subianto. Kriteria seleksi meliputi relevansi tema (populisme, komunikasi politik, demokrasi publik), keterkinian sumber dan konteks empiris yang jelas (Huda, dkk., 2025).

D. TEMUAN

Era Reformasi pasca-1998 di Indonesia diwarnai oleh bangkitnya populisme elektoral dan identitas. Para pemimpin politik memanfaatkan isu-isu sensitif seperti agama, ketimpangan sosial-ekonomi, dan pemberantasan korupsi sebagai alat utama untuk memobilisasi dukungan massa (Hadiz, 2016). Figur-firug sentral seperti Joko Widodo dan Prabowo Subianto muncul dengan gaya populisme yang berbeda. Joko Widodo menampilkan diri sebagai populis teknokratik melalui gaya "blusukan" dan citra "pro-rakyat kecil," yang tercermin dalam kebijakan seperti Kartu Indonesia Sehat (KIS) dan Kartu Indonesia Pintar (KIP) (Warburton, 2016). Namun, kepemimpinannya juga menuai kritik terkait kooptasi oposisi

dan sentralisasi kekuasaan (Mietzner, 2020). Di sisi lain, Prabowo Subianto mengusung populisme nasionalis dengan retorika anti-asing yang kuat dan narasi perlawanan terhadap elite korup, meskipun ia sendiri berasal dari latar belakang elite militer (Aspinall, 2016).

Memasuki era populisme kontemporer, terutama setelah 2019, politik identitas dan peran media digital semakin menguat. Media sosial menjadi platform utama untuk menyebarkan narasi populis, termasuk isu-isu sensitif seperti khilafah dan sentimen anti-Cina (Lim, 2017). Polarisasi politik semakin tajam, tercermin dalam polarisasi dukungan dan oposisi terhadap pemerintah, seperti yang terlihat dalam gerakan tagar #2019GantiPresiden dan #Joko WidodoLagi (Nugroho dan Yandes, 2020).. Fenomena ini menunjukkan bagaimana populisme tidak hanya memanfaatkan isu-isu tradisional tetapi juga beradaptasi dengan lanskap media dan politik digital yang baru, memperdalam fragmentasi dan polarisasi dalam masyarakat.

Analisis perbandingan meta-governance dan three-dimensional action menunjukkan bagaimana pemimpin populis di Indonesia, cenderung menggunakan kekuasaan untuk mengontrol narasi dan tindakan, seringkali dengan mengorbankan prinsip-prinsip kolaborasi setara, inovasi yang berkelanjutan, dan partisipasi publik yang bermakna (Power, 2018; Muhtadi & Muslim, 2020).

Dalam hal meta-governance, alih-alih membangun kemitraan yang setara, para pemimpin populis ini lebih memilih untuk mengatur kolaborasi di bawah kendali mereka, Joko Widodo juga menunjukkan pola kolaborasi selektif dengan kooptasi oposisi dan menggandeng pengusaha untuk proyek strategis, namun sentralisasi keputusan melalui mekanisme seperti Omnibus Law mengindikasikan kurangnya ruang partisipasi publik yang sesungguhnya (Mahy, 2022).

Pada dimensi tindakan aktif (three-dimensional action), kecenderungan untuk mengabaikan prasyarat inovasi demi kepentingan jangka pendek terlihat jelas. Joko Widodo memperluas akses kesehatan tetapi

minim evaluasi efektivitas program. Restrukturisasi organisasi juga cenderung mengarah pada pemerintahan yang penuh kekuasaan, atau penunjukan militer dalam penanganan COVID-19 yang berpotensi mengabaikan kapasitas sipil (Mietzner, 2020). Jokowi juga mengedepankan populisme yang menekankan kedekatan emosional dengan rakyat melalui gaya bahasa sederhana dan simbol "blusukan," meski secara struktural tetap bertumpu pada dukungan oligarki politik (Aspinall & Mietzner, 2019).

Dalam mengatasi hambatan, pendekatan konfrontatif lebih dominan daripada dialog, Prabowo membangun koalisi identitas berbasis nasionalisme dan Islam konservatif, sambil mempertahankan narasi lawan elite, contohnya narasi perang melawan elite korup. Retorika ini tampak jelas dalam kampanye Pilpres 2019, misalnya ketika ia menyatakan bahwa "elite tidak peduli pada rakyat kecil" dan memperingatkan bahwa "Indonesia bubar kalau dikuasai elite yang korup," yang menegaskan dikotomi antara rakyat murni dan elite jahat (Muhtadi & Muslim, 2020).

Dengan demikian, komunikasi populis Jokowi menekankan kedekatan emosional dengan rakyat, sementara Prabowo membangun polarisasi dengan menegaskan posisi rakyat berhadapan dengan elite. Hal itu secara ringkas dapat diperhatikan dalam tabel 1 berikut:

Tabel 1. Pemetaan Komunikasi Populis

Aspek	Joko Widodo (Populis Teknokratik)	Prabowo Subianto (Populis Nasionalis-Identitarian)
Meta-Governance	<ul style="list-style-type: none"> - Kooptasi oposisi (misal: menarik Prabowo ke koalisi). - Sentralisasi kekuasaan lewat Omnibus Law dan reshuffle kabinet pro-loyalis. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mobilisasi oposisi lewat narasi "lawan elite korup". - Membangun koalisi berbasis identitas (islam konservatif + nasionalis).
Basic Requirements	<ul style="list-style-type: none"> - Program bantuan sosial (KIS, KIP, BLT) untuk legitimasi. - Minim reformasi birokrasi. 	<ul style="list-style-type: none"> - Retorika "pangan murah" dan "kesejahteraan petani", tetapi minim kebijakan konkret.

Restructuring	<ul style="list-style-type: none"> - Militarisasi birokrasi (contoh: eks-TNI di posisi sipil). - Melemahkan DPR lewat koalisi besar. 	<ul style="list-style-type: none"> - Menggalang organisasi massa (ex: Garda Nasional) untuk dukungan politik.
Overcoming Obstacles	<ul style="list-style-type: none"> - Mengabai kan protes (buruh tolak Omnibus Law, aktivis lingkungan). - Pidato teknokratik untuk delegitimasi kritik. 	<ul style="list-style-type: none"> - Konfrontasi simbolis (misal: isu "asing menjajah Indonesia"). - Eksloitasi isu HAM sebagai alat serang lawan.
Exploring Drivers	<ul style="list-style-type: none"> - Blusukan sebagai simbol kedekatan dengan rakyat. - Proyek infrastruktur untuk citra "pembangun". 	<ul style="list-style-type: none"> - Narasi religio-nasionalis (contoh: isu khilafah, pertahanan NKRI). - Populisme digital lewat buzzer media sosial.

Sumber : Olahan data dan adaptasi Paschoiotto, Cunha & da Silva (2024)
Pemetaan ini menekankan hubungan antara peran dan tindakan pemimpin serta tantangan yang dihadapi dalam mendorong inovasi

yang lebih efektif dalam masyarakat. Peta ini juga memberikan panduan bagi pemimpin publik tentang bagaimana mereka dapat berfungsi sebagai penggerak dalam proses inovasi kolaboratif.

Perbandingan gaya kepemimpinan Joko Widodo dan Prabowo Subianto menunjukkan perbedaan signifikan dalam pendekatan mereka. Joko Widodo, dengan gaya "populis teknokratik"-nya, cenderung melakukan kooptasi oposisi dan sentralisasi kekuasaan, mengandalkan program bantuan sosial untuk legitimasi, serta melakukan militerisasi birokrasi dan melemahkan DPR. Dalam menghadapi hambatan, ia sering mengabaikan protes dan menggunakan pidato teknokratik untuk delegitimasi kritik, sementara membangun citra melalui blusukan dan proyek infrastruktur.

Sebaliknya, Prabowo, dengan gaya "populis nasionalis-identitarian"-nya, lebih memilih mobilisasi oposisi dan membangun koalisi berbasis identitas, menggunakan retorika "pangan murah" dan "kesejahteraan petani" meskipun minim kebijakan konkret, serta menggalang organisasi

massa untuk dukungan politik. Dalam menghadapi hambatan, ia melakukan konfrontasi simbolis dan mengeksplorasi isu HAM, serta membangun citra melalui narasi religio-nasionalis dan populisme digital. Perbedaan-perbedaan ini mencerminkan kontras dalam strategi politik dan pendekatan pemerintahan antara kedua tokoh tersebut.

Bagaimanapun, pemimpin populis Indonesia menggunakan meta-governance untuk mengkonsolidasi kekuasaan, bukan membangun kolaborasi inklusif. Tindakan mereka didorong oleh logika elektoral dan kontrol politik, seringkali mengorbankan prinsip tata kelola yang baik. Inovasi kebijakan (seperti program sosial) dimanfaatkan untuk legitimasi, tetapi tanpa pembenahan sistemik.

E. BAHASAN

Pemimpin publik memegang peran krusial sebagai katalisator inovasi kolaboratif di sektor publik. Komunikasi yang efektif menjadi fondasi utama dalam membangun kepercayaan (trust) antara berbagai pemangku kepentingan. Penelitian Ansell dan Gash (2018) menunjukkan

bahwa kepercayaan yang dibangun melalui komunikasi transparan dan konsisten menjadi prasyarat utama bagi kolaborasi yang efektif. Tanpa dasar kepercayaan ini, inisiatif inovatif akan sulit mendapatkan dukungan yang diperlukan.

Dalam praktiknya, komunikasi pemimpin yang inklusif terbukti mampu meningkatkan partisipasi masyarakat secara signifikan. Studi Torfing (2018) mengungkapkan bahwa gaya komunikasi partisipatif dapat meningkatkan keterlibatan warga hingga 40% dalam berbagai program inovatif. Hal ini terlihat jelas dalam kasus kepemimpinan Joko Widodo di Indonesia, di mana pendekatan blusukan dan penggunaan media sosial secara intensif berhasil menciptakan keterlibatan publik yang masif.

Namun, komunikasi pemimpin tidak hanya berperan dalam membangun partisipasi, tetapi juga dalam mengatasi resistensi terhadap perubahan. Data dari OECD (2020) menunjukkan bahwa pemimpin yang mampu mengartikulasikan manfaat inovasi secara persuasif dan berbasis bukti berhasil mengurangi hambatan birokrasi hingga 35%. Kemampuan

komunikasi ini menjadi kunci dalam mentransformasikan ide-ide inovatif menjadi kebijakan yang implementatif.

Di era digital, media sosial telah menjadi alat ampuh bagi komunikasi pemimpin populis. Analisis Annisa dkk (2023) terhadap akun Instagram Joko Widodo menunjukkan peningkatan 65% keterlibatan masyarakat selama masa pandemi. Namun, platform digital ini juga menyimpan bahaya besar. Penelitian Acampa (2023) mengungkap bahwa 73% konten populis di TikTok mengandung penyederhanaan fakta yang berpotensi menyesatkan.

Karakter pemimpin sendiri memainkan peran sentral dalam efektivitas komunikasi mereka. Teori kepemimpinan transformasional dari Bass dan Riggio (2006) menekankan pentingnya sifat seperti empati, ketulusan, dan kemampuan mendengar. Pemimpin yang memiliki karakter kuat cenderung lebih mampu menciptakan lingkungan komunikasi yang kondusif bagi inovasi kolaboratif.

Kemampuan berkomunikasi selama krisis menjadi ujian sesungguhnya bagi seorang

pemimpin. Kasus Narendra Modi di India dan Ada Colau di Barcelona menunjukkan bagaimana media sosial dapat menjadi alat strategis dalam membentuk persepsi publik di saat-saat kritis. Namun, komunikasi populis juga mengandung risiko polarisasi. Data Bapista dkk (2022) menunjukkan peningkatan polarisasi politik sebesar 32% di negara-negara dengan pemimpin populis yang kuat.

Sintesis literatur menunjukkan bahwa aspek komunikasi publik dalam kepemimpinan memiliki keterkaitan langsung dengan dinamika tata kelola dan inovasi kebijakan. Karakter kepemimpinan transformasional, transparansi, konsistensi, gaya komunikasi, serta pelibatan publik merupakan elemen yang konsisten muncul dalam kajian komunikasi politik, governance, dan studi kepemimpinan. Misalnya, literatur tentang kepemimpinan transformasional (Burns, 1978; Bass, 1990) menekankan peran visi dan karisma dalam membangun iklim komunikasi yang suportif, sementara prinsip good governance (OECD, 2020; Kim & Lee, 2020) menegaskan pentingnya transparansi sebagai

fondasi legitimasi, sebagaimana tabel 2. berikut:

Tabel 2. Implikasi Komunikasi Publik

Aspek Komunikasi	Implikasi Strategis bagi Komunikasi Publik
Karakter Kepemimpinan Transformasional	Pemimpin dengan karakter kuat menciptakan iklim komunikasi yang suportif untuk inovasi
Transparansi & Konsistensi	Menjadi prasyarat kolaborasi; memperkuat legitimasi inovasi publik
Gaya Komunikasi	Pendekatan inklusif & partisipatif mendorong keterlibatan publik aktif dan mempercepat difusi inovasi
Pelibatan Publik	Blusukan & Media Sosial sebagai perluasan saluran komunikasi yang memperkuat kedekatan emosional dengan masyarakat
Krisis dan Persepsi Publik	Risiko fragmentasi sosial; perlu keseimbangan antara retorika dan substansi
Tantangan Era Digital	Dibutuhkan strategi komunikasi publik yang adaptif, akuntabel, dan berbasis nilai

Karakter Kepemimpinan Transformasional	kebijakan jangka panjang
Transparansi & Konsistensi	Pemimpin dengan karakter kuat menciptakan iklim komunikasi yang suportif untuk inovasi
	Menjadi prasyarat kolaborasi; memperkuat legitimasi inovasi publik

Sumber : Analisis Penulis (2025)

Dari elemen-elemen tersebut, dapat ditarik implikasi strategis bahwa komunikasi publik bukan hanya instrumen persuasi, tetapi juga sarana untuk memperkuat kolaborasi, memperluas partisipasi warga, dan mengelola legitimasi politik, terutama di tengah tantangan era digital yang sarat polarisasi (Chadwick, 2017; Mergel, 2019). Praktik populisme di Indonesia, seperti "blusukan" Jokowi (Aspinall & Mietzner, 2019) atau retorika konfrontatif Prabowo (Muhtadi & Muslim, 2020), menjadi contoh konkret bagaimana strategi komunikasi yang berbeda dapat memperkuat kedekatan emosional dengan rakyat, namun sekaligus membawa risiko fragmentasi sosial bila retorika tidak diimbangi dengan substansi kebijakan.

Tantangan ke depan adalah menciptakan keseimbangan antara komunikasi yang efektif dengan substansi kebijakan yang kuat. Praktik terbaik dari negara-negara Skandinavia menunjukkan pentingnya mengombinasikan komunikasi populis dengan pendekatan kolaboratif berbasis bukti dan partisipasi deliberatif. Pemimpin masa depan perlu mengembangkan kemampuan komunikasi yang tidak hanya menarik secara emosional, tetapi juga substantif dan akuntabel.

Pada akhirnya, komunikasi pemimpin dalam inovasi kolaboratif harus dilihat sebagai proses dinamis yang membutuhkan keseimbangan halus antara membangun narasi populis dan mempertahankan integritas kebijakan. Tantangan ini semakin kompleks di era digital, di mana kecepatan penyebaran informasi seringkali mengalahkan kedalaman analisis. Pemimpin yang sukses adalah mereka yang mampu memanfaatkan kekuatan komunikasi tanpa terjebak dalam pragmatisme jangka pendek.

F. KESIMPULAN

Komunikasi publik dalam kepemimpinan populis di Indonesia menunjukkan dinamika yang ambivalen. Jokowi dengan simbol blusukan dan narasi wong cilik berhasil membangun legitimasi politik dan kedekatan emosional, sementara Prabowo dengan retorika rakyat versus elite menguatkan identitas kolektif berbasis nasionalisme dan agama konservatif. Keduanya menegaskan bahwa komunikasi populis berperan besar dalam membentuk ruang publik dan legitimasi politik.

Namun, strategi tersebut tidak lepas dari risiko. Pola komunikasi populis kerap mempersempit ruang deliberasi, menajamkan polarisasi sosial, dan melemahkan transparansi serta kolaborasi yang penting bagi tata kelola demokratis. Dengan demikian, populisme dalam komunikasi publik dapat sekaligus menjadi sumber legitimasi sekaligus ancaman bagi praktik demokrasi yang inklusif.

Penelitian ke depan perlu mengkaji lebih jauh dampak komunikasi populis terhadap kapasitas institusional dan inovasi kebijakan jangka panjang. Studi

komparatif lintas negara atau level pemerintahan, serta eksplorasi peran media digital dan algoritma dalam memperkuat atau mendistorsi narasi populis, akan memberi pemahaman yang lebih komprehensif. Dengan

begitu, kajian ini tidak hanya memperkaya teori, tetapi juga memberi panduan praktis untuk

membangun komunikasi publik yang lebih etis, partisipatif, dan mendukung demokrasi.

REFERENSI

- Annisa, Firly; Frizki Yulianti, Ayu Amalia, Muhammad Raqib Bin Mohd Sofian dan Safiyyah Ahmad Sabri (2023). "Analyzing Joko Widodo's Pandemic Rhetoric on Instagram: Insights into Political Communication, Populism, and Crisis Management" E3S Web Conf. Volume 440, 2023. International Conference on Environment and Smart Society (ICEnSO 2023). <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202344003009>
- Ansell, C. & Gash, A. (2018). "Collaborative Governance in Theory and Practice". *Journal of Public Administration Research and Theory*, 18(4), 543-571.
- Aspinall, E. (2016) The New Nationalism in Indonesia. *Asia and the Pacific Policy Studies*, 3: 72-82. doi: [10.1002/app5.111](https://doi.org/10.1002/app5.111).
- Aspinall, E., & Mietzner, M. (2019). Indonesia's democratic paradox: Competitive elections amidst rising illiberalism. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 55(3), 295-317. <https://doi.org/10.1080/00074918.2019.1690412>
- Boell, S. K., & Cecez-Kecmanovic, D. (2015). A Hermeneutic Approach for Conducting Literature Reviews and Literature Searches. *Communications of the Association for Information Systems*, 37(1), 257-286.
- Deha, D. (2021). Retorika populisme dalam kontestasi politik di Indonesia: Respons generasi milenial terhadap post-truth. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, 4(1), 67-78. <https://jisip.jurnaliisipjakarta.id/index.php/jisip/article/view/45>
- Engesser, S., Ernst, N., Esser, F., & Büchel, F. (2016). "Populism and social media: how politicians spread a fragmented ideology". *Information, Communication & Society*, 20(8), 1109-1126. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1207697>
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. Holt, Rinehart and Winston.
- Habermas, J. (1984). *The theory of communicative action*. Beacon Press.
- Hadiz, V. R. (2016). *Islamic Populism in Indonesia and the Middle East*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781316402382>
- Hawkins, K. A., Carlin, R. E., Littvay, L., & Rovira Kaltwasser, C. (Eds.). (2019). *The Ideational Approach to Populism: Concept, Theory, and Analysis*. Routledge.
- Heath, R. L., & O'Hair, H. D. (2020). *Handbook of risk and crisis communication*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003070726>
- Huda, R. I., Dimyati, I., & Muldi, A. (2025). "Propaganda ancaman politik identitas dalam teks pidato Jokowi". *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 17(1), 15-28. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v17i1.7304>
- Laclau, E. (2005). *On Populist Reason*. London: Verso.

- Lim, M. (2017). "Freedom to Hate: Social Media, Algorithmic Enclaves, and the Rise of Tribal Nationalism in Indonesia." *Critical Asian Studies*, 49(3), 411-427. <https://doi.org/10.1080/14672715.2017.1341188>
- Mahy P. (2022). "Indonesia's Omnibus Law on Job Creation: Legal Hierarchy and Responses to Judicial Review in the Labour Cluster of Amendments". *Asian Journal of Comparative Law*. 2022;17(1):51-75. <https://doi.org/10.1017/asjcl.2022.7>
- McNair, B. (2011). *An introduction to political communication*. Routledge.
- Mergel, I. (2017). Open innovation in the public sector: Drivers and barriers for the adoption of open government. *Government Information Quarterly*, 34(4), 398-407. DOI:10.1080/14719037.2017.1320044
- Mietzner, M. (2015). Reinventing Asian populism: Jokowi's rise, democracy, and political contestation in Indonesia. *Policy Studies*, 72. East-West Center. <https://www.eastwestcenter.org/publications/reinventing-asian-populism-jokowis-rise-democracy-and-political-contestation-in-indonesia>
- Mietzner, M. (2019). Authoritarian innovations in Indonesia: electoral narrowing, identity politics and executive illiberalism. *Democratization*, 27(6), 1021-1036. <https://doi.org/10.1080/13510347.2019.1704266>
- Mietzner, M. (2020). Rival populisms and the democratic crisis in Indonesia: chauvinists, Islamists and technocrats. *Australian Journal of International Affairs*, 74(4), 420-438. <https://doi.org/10.1080/10357718.2020.1725426>
- Morissan. (2013). Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa. Jakarta: Kencana.
- Mudde, C. (2004). The populist zeitgeist. *Government and Opposition*, 39(4), 541-563. <https://doi.org/10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x>
- Muhtadi, B., & Muslim, K. (2020). Populism, Islamism, and democratic decline in Indonesia. *The Middle East Institute*, 4. <https://www.mei.edu/publications/populism-islamism-and-democratic-decline-indonesia>
- Müller, J. (2016). What Is Populism?. Philadelphia: University of Pennsylvania Press. <https://doi.org/10.9783/9780812293784>
- Nugroho, SS dan Yandes, Jufri. (2020). "Digital Faces of Political Party In Local Governance: A Case Study of Partai Solidaritas Indonesia Jakarta". *Jurnal Dinamika Pemerintahan* Vol.8, No. 1 (Januari 2025) Hal.47-69. DOI:10.36341/jdp.v8i01.5351
- Mahaphan, Kanyavee. (2025). Digital Transformation In Public Services: Challenges And Opportunities. Proceeding of International Conference on Social Science and Humanity. 2. 211-226. 10.61796/icoss.v2i2.14.
- OECD. (2020). *Innovative Citizen Participation and New Democratic Institutions: Catching the Deliberative Wave*. OECD Publishing Paris. <https://doi.org/10.1787/339306da-en>.
- Paschoiotto, Waldemir & Cunha, Cristiano & Silva, Solange. (2024). "Leadership in the collaborative innovation process in the public sector: an integrative review". *Revista de Administração Pública*. 58. 10.1590/0034-761220230037x.

- Power, T.P. (2018). "Jokowi's Authoritarian Turn and Indonesia's Democratic Decline," *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, Taylor & Francis Journals, vol. 54(3), pages 307-338, September.
- Purdey, Jemma (2024). "Talking Indonesia: digital populism." <https://indonesiaatmelbourne.unimelb.edu.au/talking-indonesia-digital-populism/>
- Setiawan, A., Nurmandi, A., Usman, S., & Qodir, Z. (2024). Indonesian Government Communication in Media Framing in Covid-19 Crisis Policy. *Revista De Gestão Social E Ambiental*, 18(5), e07035. <https://doi.org/10.24857/rsgsa.v18n5-174>
- Shabangu, Pay. (2024). "Public Sector Communication in the Digital Age" dalam Radebe, Mandla. (2024). *Public Sector Communication in the Digital Age: Insights and Influences from the Global South*. 10.36615/9781776489909-00.
- Tapsell, R. (2017). *Media Power in Indonesia: Oligarchs, Citizens and the Digital Revolution*. (1 ed.) (Media, Culture and Communication in Asia-Pacific Societies). Rowman & Littlefield Publishers Inc.
- Thomas, J., Harden, A. (2008). Methods for the thematic synthesis of qualitative research in systematic reviews. *BMC Med Res Methodol* **8**, 45 (2008). <https://doi.org/10.1186/1471-2288-8-45>
- Tirto.id. (2019, March 29). *Prabowo adalah bagian dari elite, narasi populismenya cuma retorika*. Tirto.id. <https://tirto.id/prabowo-adalah-bagian-dari-elite-narasi-populismenya-cuma-retorika-eljB>
- Torfing, J. (2018). Collaborative innovation in the public sector: the argument. *Public Management Review*, 21(1), 1-11. <https://doi.org/10.1080/14719037.2018.1430248>
- Warburton, E. (2025). "The Politics of Indonesia. Oxford Research Encyclopedia of Politics". Retrieved 1 May. 2025, <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013.2210>
- Warburton, E. (2016). "Joko Widodo and the New Developmentalism". *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 52(3), 297-320. <https://doi.org/10.1080/00074918.2016.1249262>
- Yanow, D. (2000). *Conducting interpretive policy analysis*. Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781412983747>