

# **Image Management Member of the House of Regional Representative of the Republic of Indonesia Riau Electoral District 2019: A Case Study of Intsiawati Ayus**

Sami'an<sup>1\*</sup>, Harmonis<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Pogram Pasca Sarjana Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammaadiyah Jakarta, Indonesia

\*Correspondence Author: msamian21@gmail.com

## **Abstract**

*This research discusses the Image Management of the elected Member of the Regional Representative Council Intsiawati Ayus in 2019 Riau electoral district, where building a good image in the community is an important thing for a politician to do, so that at the time of the election the public wants to vote for politicians who are running for legislative members. especially the competition between candidates is considered very significant which makes politicians have to make special strategies in the election process, Moreover, the competition between candidates is considered very significant which makes politicians have to make special strategies in the election process and the focus of this research is to understand the Political Public Relations (PR) Activities of Intsiawati Ayus' Image Management in the Election of Members of the Regional Representative Council of the Republic of Indonesia) Riau Electoral District in 2019 using qualitative methods reinforced by a literature study approach. Data collection techniques are carried out by interview where the information is determined by purposive sampling. The results obtained in this study found that there are interactions on social media that add to the positive image of Intsiawati Ayus in the community, because Intsiawati Ayus and the success team respond to the slightest interaction from the community, then advocacy in the agrarian sector carried out by Intsiawati Ayus also adds to the good image in the community, the attachment of the character's name through the organization is also an important part of Intsiawati Ayus' image, this name attachment is done through the Rumpun Melayu Bersatu Laskar Hulubalang Melayu Riau (RMB-LHMR) organization founded by Asman Yunus who is Intsiawati Ayus' father. The results of this study are expected to be used as a study material in the field of political PR, especially in the election of the Regional Representative Council of the Republic of Indonesia RI members in Indonesia.*

**Keywords:** DPD-R Member; Intsiawati Ayus; Image Management; Public Relations

## **1. Pendahuluan**

Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia (DPD RI) merupakan lembaga yang mulai dibentuk pada tahun 2001, dimana pembentukan lembaga ini adalah sebagai tuntutan demokrasi guna memenuhi rasa keadilan bagi masyarakat daerah dan lembaga ini dibentuk berdasarkan amandemen ketiga Undang-Undang Dasar (UUD) Negara Republik Indonesia Tahun 1945, dimana anggota DPD RI dipilih melalui Pemilihan Umum (Pemilu) lima tahun sekali yang berfungsi adalah untuk membawa kepentingan-kepentingan aspirasi daerah dan seseorang yang berhasil menjadi anggota Dewan Perwakilan Daerah Republik

Indonesia DPD-RI dalam hal ini adalah Intsiawati Ayus, dapat dilihat dari sudut pandang kajian Publik Relations (PR) Politik yang disebabkan oleh sesuatu yang bersangkutan dalam melakukan relasi secara politik dengan masyarakat melalui Aktivitas Publik Relations Politik yang berkaitan dengan Manajemen Citra (Prayogi & Prawijaya, 2022).

Citra seseorang atau instansi tidak dapat dijalankan tanpa strategi yang harus ditetapkan dan direncanakan serta dikelola dengan baik dikarenakan berdasarkan upaya tersebutlah citra positif dan negatif akan terlihat. Citra positif begitu penting, hal inilah yang menyebabkan terbentuknya kepercayaan

dihadapan masyarakat untuk turut mengenal dan mendukung segala aktifitas yang dipublik, apabila citra tersebut negatif hal tersebut akan mempengaruhi menurunnya citra seseorang dan instansi itu sendiri, begitu pula yang terjadi pada politisi yang ingin membuat manajemen citra dihadapan masyarakat, tentu ada beberapa hal yang harus dilaksanakan guna mendapatkan kepercayaan dari masyarakat, kepercayaan ini adalah sebuah modal yang amat mahal bagi setiap politisi karna sekutu apapun usaha seorang politisi dalam berkampanye jika tidak bisa mendapatkan kepercayaan dari masyarakat tentu hal ini menjadi sia-sia (Yandra, 2016).

Persaingan dalam pemilihan anggota DPD-RI di Riau untuk merebut suara masyarakat dilakukan untuk mendulang dukungan dari masyarakat, ini menjadi alasan yang utama untuk melakukan manajemen citra di depan publik, melakukan manajemen citra dalam berkampanye pada pemilihan DPD RI dapil Riau dilakukan agar masyarakat percaya bahwa sosok anggota DPD RI ini bisa menjadi jembatan untuk menyampaikan aspirasi pada lembaga DPD-RI. Publik Relations Politik sendiri mempunyai peranan strategis bagi lembaga maupun bagi publik. Publik Relations Politik berguna dalam menyampaikan informasi dengan akurat dengan begitu masyarakat dapat menerima dan juga diharapkan bisa memahaminya. Dengan kondisi yang tercipta seperti ini, maka masyarakat yang selama ini menganggap ada ketidakpedulian sebuah lembaga bisa diartikan berbeda oleh masyarakat, publik menjadi tahu terkait apa saja yang sudah diperbuat oleh lembaga tersebut, dan harapannya tentu bisa memberi citra positif (Puspika Sari et al., 2020).

Publik Relations Politik juga berperan penting dalam terciptanya ketertarikan masyarakat politik itu sendiri, yaitu dilakukan dengan cara menarik simpati masyarakat dengan strategi yang baik dan dijalankan sesuai dengan kondisi yang ada ditengah

masyarakat. Peran Publik Relations Politik dalam suatu lembaga ataupun perorangan membuat Intsiawati Ayus dikenal dengan baik sebagai calon anggota DPD RI Dapil Riau, ini tentu menjadi sangat penting untuk menjadikan citra ditengah masyarakat menjadi positif, Publik Relations juga bisa menjadi sebagai media kehumasan yang diharapkan bisa dijadikan jembatan relasi untuk membangun suasana komunikasi yang kodusif antara calon anggota DPD RI dan pemilih, apalagi Instiawati Ayus merupakan seorang wanita, ini yang menjadi daya tarik peneliti. Selain itu Intsiawati merupakan Anggota DPD-RI yang menyandang predikat sebagai salah satu Anggota DPD-RI terlama menjabat di Indonesia, Intsiawati Ayus menjabat selama empat periode yaitu pada periode 2004-2009, 2009-2014, 2014-2019, 2019-2024 dimana di Indonesia sendiri rekor ini juga diraih oleh Gusti Kanjeng Ratu (GKR) Hemas yang adalah istri dari Sri Sultan Hamengkubuwono X Yogyakarta (Dhiaurrahman & Maya, 2020).

Untuk di Riau sendiri beliau terpilih dengan jumlah suara terbanyak di dua periode dari empat kandidat yang terpilih yaitu pada pemilu tahun 2014 dengan 352.603 suara dan pada pemilu 2019 berhasil mengumpulkan 351.181 suara. Jika dilihat dari calon anggota DPD RI yang mencalon di dapil Riau, persaingan antara incumbent dan calon dengan wajah baru sangatlah kompetitif, sehingga politisi perlu memikirkan strategi khusus dalam kegiatan-kegiatan kampanye dimasyarakat. Dalam kasus ini tentunya setiap calon tentu membuat strategi berpolitik yang relatif berbeda satu dengan lainnya, agar pada waktu pemilihan mendapatkan suara dari masyarakat (Cakaplah, 2019).

Calon Anggota DPD-RI dapil Provinsi Riau pada Pemilu 2019-2024 berjumlah 32 calon, salah satunya adalah Intsiawati Ayus, Instiawati Ayus mendapat nomor urut 30 yang tentunya tertera pada kertas suara pemilihan anggota DPD RI dapil Provinsi Riau periode

2019-2024, DPD RI sendiri adalah lembaga Legislatif negara yang sifatnya independen (Risdianto & Grahani F, 2023), mulai dari proses pencalonannya hingga pada masa kampanye calon berhak menggunakan strategi apapun dalam bertarung memenangkan hati rakyat asalkan sesuai dengan aturan yang berlaku, sejak berkembangnya teknologi pada bidang media sosial masyarakat dapat melakukan interaksi dari mana saja dan kapan saja, sehingga hal ini menjadi salah satu sarana interaksi yang mudah untuk dilakukan Insiawati Ayus dengan masyarakat daerah pilihanya pada tahun 2019 yaitu di provinsi Riau, selain itu penggunaan media sosial juga tidak menghabiskan banyak biaya untuk membangun citranya dan apalagi publik sosial media adalah sarana komunikasi yang sudah banyak dimiliki masyarakat/publik, sehingga Insiawati Ayus dan Tim dengan mudah melakukan opini publik melalui media sosial dalam membangun manajemen citra dalam menarik simpati dan dukungan untuk menjadi anggota senator (Mogot et al., 2023).

## 2. Perspektif Teori

### a. Aktivitas Publik Relation Politik

Dari sekian banyak Aktivitas Publik Relations Politik terdapat 4 aktivitas yang sangat penting untuk dilakukan oleh Political Public Relation Officer (PPRO) sebagai berikut:

#### - Pengelolaan Media

Merujuk Pendapat Mc Nair mengatakan bahwa istilah pengelolaan media dalam hal ini tidak mengacu kepada apa yang ada dalam kerja-kerja profesional pengelolaan organisasi media, melainkan mengacu pada praktik para pelaku politik untuk bisa mengendalikan, memanipuasi atau mempengaruhi organisasi media sesuai dengan tujuan. Setelah itu Mc Nair mengungkapkan bahwa terdapat hubungan interpendensi, saling terkait dan membutuhkan antar pelaku politik

dan organisasi media, namun tidak meniadakan pemantauan rutin yang dilakukan oleh media atas pemerintahan, hal tersebut dapat dipahami dalam proses pengawasan (institusi keempat) setelah Eksekutif, Legislatif dan Yudikatif. Selanjutnya menurut Mc Nair (2011) pengelolaan media adalah kegiatan yang dirancang sedemikian rupa untuk mempertahankan hubungan positif antar politisi dan media (Kumar Goyal & Gao, 2021).

#### - Pengelolaan Citra

Dalam PR Politik ada citra Pribadi dan citra lembaga politik, dalam konteks citra pribadi Mc Nair (2011) menyatakan politisi modern dinilai tidak hanya berlandaskan pada perkataan dan perbuatan, namun juga perlu cara mengatakan dan cara melakukannya. Gaya politik kini hampir sama pentingnya jika dibandingkan dengan substansi politik, bahkan bagi sebagian politisi citra lebih penting dari pada kemampuan calon kandidat atau lembaga yang berkaitan dengan Citra politik. McNair juga menjelaskan sebagai Political Marketing sering sekali mengikuti sertakan teknik-teknik pengiklanan, political advertising dan iklan politik. Mengutip dari hasil penelitian beberapa Ahli seperti Campbel dan Faox, Newman dan Parlof (dalam Kaid, 2004) mengatakan bahwa dalam politik, citra dapat dibuat melalui penggunaan tayangan visual dan dikomunikasikan melalui kehadiran fisik calon, penampilan dimedia dan pengalaman serta rekam sebagai seorang pemimpin politik ketika informasi terintegrasi dalam pikiran masyarakat. Namun sangat penting diingat, merujuk pada pendapat Mc Nair (2011) pemasaran identitas dan citra politik tidak sebatas penyampaian pesan berbayar dimedia akan tetapi juga

mencakup masalah-masalah seperti design, logo, sebagai bahasa simbol yang digunakan dalam PR politik.

#### **- Pengelolaan Komunikasi Internal Organisasi**

Komunikasi internal adalah proses penyampaian yang terjadi dalam konteks internal organisasi. Komunikasi terjadi antar individu atau kelompok, seperti misalnya yang terjadi didalam sebuah partai politik antara anggota dengan pengurus parta, komunikasi internal juga mencakup pengadaan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi secara internal, seperti diskusi, rapat dan lain sebagainya. Komunikasi politik akhir-akhir ini bisa disebut gagal karna ada sebagian tidak lagi dipercaya oleh masyarakat sehingga tidak terpilih pada pemilu seperti partai PBB, Partai PDS dan partai PDS yang tidak bisa mencapai parliamentary Threshold sehingga tidak punya kursi di DPR. Hal ini dapat diasumsikan bahwa ini terjadi akibat kurangnya proses PR politik yang dilakukan oleh Partai Politik tersebut.

Mc Nair (2011) juga menyampaikan dalam bentuk ilustrasi perusahaan, perusahaan modern kini secara rutin menyediakan devisi kehumasan internal yang bertujuan untuk melaksanakan pemaksimalan terhadap efisiensi organisasi, maka sebuah parpol diharapkan dapat membuat struktur komunikasi diinternalnya dengan sangat efektif seperti membentuk bidang kehumasan partai politik dengan tujuan agar arus informasi yang terjadi mengarah kepada pencapaian tujuan lembaga didirikan.

#### **- Pengelolaan Informasi**

Kekuatan yang dimiliki oleh informasi jika tidak mampu dikelola dengan baik maka tidak hasilnya tidak akan maksimal juga untuk didapat dampaknya untuk sebuah organisasi. Manajemen informasi

dapat berfungsi untuk melindungi rahasia, integritas dan juga dalam hal ketersediaan informasi (Syafrizal, M.,2007). Mc Nair (2011) mengatakan aktivitas lain bukan berarti tidak penting dalam studi komunikasi politik adalah kegiatan pengelolaan informasi.

Selanjutnya Mc Nair (2011) membedakan kategori ini dari pengelolaan media dengan alasan karena upaya pengelolaan informasi cendrung menggunakan metode manipulasi informasi yang terbuka dan tertutup oleh para pelaku politik yang mempunyai kekuasaan. Informasi bagi mereka adalah sebuah senjata politik yang hebat dalam mengelola opini publik. Mengelola informasi ini juga dapat diartikan sebagai sebuah proses yang memiliki antara lain adalah berupa perencanaan, pengarahan, pengorganisasian, pelaksanaan serta berupa pengawasan kepada data yang dilakukan pengorganisasian tersebut menjadi sebuah bentuk yang memiliki guna oleh penerimanya dan juga bisa memberikan gambaran suatu kejadian yang nyata dan bisa juga digunakan menjadi alat bantu yang memiliki kegunaan sebagai pendukung manajemen dalam pengambilan suatu keputusan demi tercapainya tujuan dari lembaga itu sendiri. Manajemen informasi adalah suatu proses menangkap, mentransmisikan, dan juga menampilkan informasi.

#### **b. Manajemen Citra**

Dalam Publik Relations Politik ada citra Pribadi dan citra lembaga politik, dalam konteks citra pribadi Mc Nair (2011) menyatakan politisi modern dinilai tidak hanya berlandaskan pada perkataan dan perbuatan, namun juga perlu cara mengatakan dan cara melakukannya. Gaya politik kini hampir sama pentingnya jika dibandingkan dengan substansi politik,

bahkan bagi sebagian politisi citra lebih penting dari pada kemampuan calon kandidat atau lembaga yang berkaitan dengan citra politik. Mc Nair juga menjelaskan sebagai Political Marketing sering sekali mengikuti sertakan teknik-teknik pengiklanan, political advertising dan iklan politik.

Manajemen Citra Politik adalah suatu citra ataupun berupa reputasi yang berkaitan dengan partai politik ataupun individu yang memiliki karir pada bidang politik yang diartikan oleh masyarakat luas. Semua partai yang dibuat tentu memiliki citra tersendiri. Dan citra itu bisa dijadikan sebuah strategi untuk memenangi suatu kontestasi pada saat pemilihan suara.

Pendapat lain yang dikemukakan oleh Nimmo (2010) yang juga menerangkan tentang citra bahwa, terkait atribut suara ataupun perspektif masyarakat tidak menentukan suatu pilihan dari pemilih, tetapi orang yang memberikan suaranya secara selektif memberikan penilaian terhadap suatu partai, serta kandidat, isu, dan peristiwa yang ada pada saat seorang kandidat berkampanye, memberi arti pada mereka, dan juga atas dasar itu mereka memberikan suara kepada siapa. Melalui proses penafsiran, mereka tidak hanya akan menghitung berupa atribut dan perkembangan mereka, yaitu citra dalam jangka yang panjang, tetapi juga membuat citra jangka pendek tentang apa isi objek kampanye. Terbentuknya citra politik ini dapat diperoleh melalui suatu sikap saling mempercayai, nilai-nilai, juga berupa harapan yang ada dalam bentuk opini pribadi. Seterusnya berkembang menjadi opini publik. Terbentuknya citra suatu partai dipengaruhi oleh informasi yang diperoleh baik secara langsung melalui komunikasi antar pribadi ataupun bisa juga didapat menggunakan media massa yang dipergunakan sebagai media politik, termasuk juga yang didalamnya berupa media massa yang ditunjuk untuk

menyampaikan informasi pesan politik terbaru itu.

Manajemen Citra Politik juga erat kaitannya dengan sosialisasi politik, karena citra politik dibentuk dengan proses edukasi politik baik dilakukan secara langsung ataupun dilakukan dengan pengalaman empirik. Citra politik berkaitan dengan beberapa hal, diantaranya adalah:

- a) Semua pengetahuan politik individu baik benar atau salah.
- b) Seluruh preferensi (afeksi) yang melekat kepada pada suatu peristiwa politik yang memiliki daya tarik.
- c) Seluruh yang diharapkan (konasi) yang dipunyai seseorang terkait apa yang mungkin bisa terjadi jika ia berprilaku dengan cara berganting-ganti.

Manajemen citra (management impression) menurut Goffman (1956) adalah usaha seseorang menampakkan dirinya dengan ekspresi di hadapan orang lain, dengan tujuan untuk mencapai citra diri yang dia inginkan tersebut. Goffman ini membagi manajemen citra pada dua poin utama yaitu berupa panggung depan dan juga panggung belakang. Setiap seseorang yang melakukan manajemen citra diumpamakan sebagai aktor yang sedang melakukan penampilan pada panggung sandiwara (Maharanie Putri & Nurrahmawati, 2022).

Manajemen citra merupakan hal yang sangat penting dilakukan agar dapat mendongkrak elektabilitas yang berguna untuk mendapatkan dukungan dan dipilih oleh masyarakat dengan menganut sistem demokrasi, maka dari hal tersebut untuk dapat membangun citra sebagai pejabat yang akan dipilih rakyat, penggunaan sosial media merupakan sarana yang paling efektif dan juga efisien dalam membangun relasi dengan publik dan menggaet hati masyarakat dan menampung aspirasi, sehingga nantinya

dapat menjadi terpilih nantinya pada proses demokrasi (Triyono & Agus, 2010).

### 3. Metode

Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang membahas tentang manajemen citra anggota Anggota Dewan Perwakilan Daerah (DPD) Republik Indonesia Daerah Pemilihan Riau 2019 studi anggota DPD Intsiawati Ayus dan data diproleh dengan mencari literatur yang berhubungan diantaranya dilakukan dengan mengakses sosial media Intsiawati Ayus dan pemeberitaan yang bersumber dari media online dan juga melakukan wawancara secara langsung dengan Insiawati Ayus selaku Key Informan, sehingga informasi yang didapatkan juga langsung bersumber dari objek yang diteliti mengenai manajemen citra anggota DPD RI Insiawati Ayus dan setelah mendapatkan data dan informasi penulis paparkan secara dekriptif naratif dalam menjawab manajemen citra anggota DPD RI Intsiawati Ayus pada pemilihan tahun 2019 (Fadli, 2021).

### 4. Hasil dan Diskusi

#### a. Manajemen Citra Intsiawati Ayus Pada Pemilihan Anggota DPD-RI Dapil Riau 2019

Manajemen Citra Intsiawati Ayus pada pemilihan Anggota DPD-RI 2019 di Provinsi Riau dalam konteks citra pribadi, menurut Mc Nair politisi modern dinilai tidak hanya berlandaskan atau mengandalkan pada perkataan dan perbuatan mereka namun juga pada cara mengatakan dan melakukannya, gaya berpolitik kini sama pentingnya jika dibandingkan dengan substansi dari politik itu sendiri, artinya cara sama pentingnya dengan isi. Bahkan ada yang sebaliknya sebagian warga negara tertentu mengartikan citra lebih penting dari kemampuan ataupun kapasitas calon itu sendiri. Dalam hal ini Intsiawati Ayus, berdasarkan hasil wawancara ini,

Manajemen Citra yang dilakukan oleh Intsiawati Ayus meliputi:

##### - Interaksi dimedia Sosial

Media sosial ataupun yang sering disebut juga sebagai sosial media merupakan aplikasi digital yang memberikan fasilitas kepada penggunanya untuk bisa saling melakukan komunikasi ataupun juga tempat berbagi konten yang berupa tulisan, foto, video, dan lain sebagainya. Merupakan aplikasi digital yang memberikan berupa fasilitas untuk mempermudah dilakukannya aktivitas sehari-hari bagi para penggunanya. Sosial media ini juga adalah sebuah sarana prasarana untuk mensosialisasikan satu sama dengan yang lainnya dan bisa dilakukan secara daring yang ini tentu memungkinkan manusia untuk bisa terus saling berinteraksi tanpa ada yang membatasi yaitu ruang dan waktu. Sosial media menjadi sarana pendukung sebuah interaksi pada masyarakat sosial dengan cara menggunakan teknologi yang berbasiskan internet kemudian ini bisa mengubah komunikasi yang tadinya satu arah menjadi menjadi dialog interaktif, sebagai contohnya seperti terciptanya hubungan komunikasi yang dilakukan olehseorang penulis dengan penggemarnya (Rianita et al., 2024).

Sejak diciptakan sosial media ini, sengaja dibuat dan diperuntukkan sebagai tempat bagi penggunanya supaya bisa dengan mudah memberikan berupa berpartisipasi, bisa berbagi, dan selanjutnya adalah menjadi tempat untuk bertukar informasi serta ide pada komunitas lain dan jejaring virtual. Kelebihan media sosial yang digunakan sebagai tempat untuk berkampanye politik diantaranya. Pertama, media sosial menawarkan kemudahan-kemudahan akses bagi para calon pemilih, kandidat dan secara langsung dapat juga berinteraksi dengan calon pemilih dengan skala dan intensitas yang lebih mudah jika kita dibandingkan dengan pola kampanye tradisional seperti dari rumah kerumah seperti tahun tahun yang lalu, brosur, bahkan juga oleh media cetak ataupun pertelevision.

Pemanfaatan yang bisa dilakukan pada media sosial dalam kegiatan kampanye politik terus memberikan tawaran keikutsertaan secara langsung antara kandidat bersama calon pemilih dengan ruang interaksi dan diskusi dengan cara menyukai, memberi komentar, dan berbagi pesan. Kedua, selain mudah diakses, dalam hal pembiayaan media sosial murah dan mudah untuk dijangkau oleh orang-orang yang menggunakannya, diperkirakan pengguna media sosial mencapai 132 juta pengguna di Indonesia. Walaupun sebenarnya tidak seluruh daerah bisa dengan leluasa menggunakan dan mengakses sosial media, namun jangkauan yang luas tersebut sebenarnya dapat mengurangi beban biaya kampanye yang selalu bisa dikatakan cukup mahal (Ramkita & Muslim, 2023).

Media sosial menjadikan interaksi dapat dilakukan dengan mudah oleh Intsiawati Ayus dan tim bersama masyarakat Riau yang merupakan daerah pemilihan anggota DPD ini pada Pemilu tahun 2019 lalu, selain mudah dilakukannya interaksi dimasyarakat, media sosial juga terbilang murah dalam hal pembiayaan dengan modal yang terbilang sedikit tersebut Intsiawati Ayus tidak perlu mengeluarkan pembiayaan banyak dalam hal membangun citra nya. Selain itu media sosial saat ini merupakan media yang banyak digunakan oleh publik, sehingga dengan itu mudah melakukan opini publik melalui media sosial, apalagi dalam konteks citra tentu ini media sosial ini sangat signifikan manfaatnya jika dapat mengelolanya dengan baik.

Dalam konteks ini, Intsiawati Ayus bersama tim sukses melakukan interaksi dengan cara merespon sekecil apapun interaksi yang dilakukan oleh masyarakat, misalkan membalas komentar yang dilakukan oleh masyarakat pada postingan disosial media bahkan memberikan “like” pada postingan masyarakat juga dilakukan. Hasil wawancara yang dilakukan, Intsiawati Ayus mengatakan bahwa tim yang mengelola sosial media diwajibkan merespon sekecil apapun

interaksi dari masyarakat baik membalas komentar, memberikan “like” dipostingan sosial media masyarakat maupun memberikan komentar.

Respon interaksi dimedia sosial yang dilakukan Intsiawati Ayus dan tim sukses menurut Intsiawati Ayus memberikan dampak yang signifikan dalam meraup suara pada Pemilu 2019, hal ini yang menjadikannya terpilih pada pemilu tahun 2019 yang lalu, diperkirakan sekitar 30% dari total suara didapat melalui interaksi di sosial media, yaitu sekitar 105.354 suara didapat dari interaksi disosial media dari total 351.181 suara yang diperolehnya pada pemilu 2019. Dalam hal ini sosial media sangat signifikan dalam mendulang suara, dimana 30% suara yang didapatkan pada pemilu 2019 itu berasal dari interaksi yang dilakukan di media sosial, dapat dilihat sebagai berikut:





Sumber: Akun Fanpage Instagram @intsiawati dan Akun facebook Intsiawati Ayus Riau

**Gambar 1: Interaksi Intsiawati Ayus Dengan Masyarakat di Sosial Media**

Dengan interaksi yang dilakukan di sosial media mampu memberikan citra positif, dimana masyarakat dapat berinteraksi menyampaikan aspirasi secara langsung melalui daring dan bahkan aduan masyarakat dapat diteruskan dengan menghubungi staff Insiawati Ayus, dimana hal ini dilakukan bukan hanya pencitraan semata tapi benar memfasilitasi apa tang menjadi aspirasi masyarakat yang disampaikan kepada staff dengan memberikan nomor kontak yang diberikan secara pribadi oleh Intsiawati Ayus

di kolom komentar akun sosmed nya, maka dengan hal tersebut secara langsung tidak langsung akan menaikkan elektabilitas Insiawati Ayus karena masyarakat akan merasa ada kedekatan secara tidak langsung tentunya.

Selain menggunakan instagram Insiawati Ayus juga menggunakan akun sosial media lain dengan pola yang sama diantaranya adalah facebook merupakan salah satu sosial media yang paling populer didunia, total penngunanya diperkirakan mencapai 2,4 miliar pada tahun 2019. Facebook terus berkembang pesat sesuai dengan perkembangan jaman dan selalu menawarkan fitur fitur baru pada media sosial tersebut, hal ini yang membuat facebook menjadi salah satu paltform yang digandrungi masyarakat di Indonesia dan selain itu juga menggunakan Fanpage Facebook, biasa disebut dengan halaman khusus facebook, fanpage facebook ini biasanya digunakan untuk tujuan bisnis atau kampanye konten tertentu, fanpage facebook ini berbeda dengan facebook personal. Fanpage ini memang khusus dibuat untuk melakukan branding terhadap segala sesuatunya, baik mengenai barang maupun untuk lembaga ataupun orang.

Dari kedua platform sosial media ini Insiawati Ayus dan tim berinteraksi dengan masyarakat melalui postingan-postingan di akun sosial medianya, dari temuan dilapangan terdapat interaksi pada kolom komentar postingan Intsiawati Ayus disosial medianya, interaksi ini dilakukan atas dasar memberikan kesan dimasyarakat bahwa sosok Intsiawati Ayus responsip terhadap masyarakat, sehingga masyarakat merasa ada kedekatan dengan sosok anggota DPD-RI ini.

Diantara kelebihan media sosial yang dimanfaatkan oleh politisi adalah seperti dalam hal aksi politik sering kali dilakukan disosial media, tak luput juga hal ini sebenarnya dilakukan dalam hal membangun pencitraan dan juga reputasinya ditengah-tengah masyarakat, dalam hal ini adalah

Intsiawati Ayus, tentu hal yang dilakukannya pada media sosialnya adalah dalam rangka membangun citranya dimasyarakat, ini dilakukan untuk mencerminkan diri kepada masyarakat sebagai politisi yang begitu dekat dengan masyarakat dengan cara mendengar dan menampung aspirasi masyarakat melalui sosial media.

Melalui dua sosial media diatas yang digunakan oleh Insiawati Ayus adalah yang umum yang umum juga banyak digunakan oleh publik dan dari kolom-kolom komentar sosial media Insiawati Ayus Banyak masyarakat yang melakukan komentar baik untuk memberikan apresiasi dan bahkan menyampaikan aspirasi mengenai permasalahan-permasalahan di daerah yang Insiawati Ayus Wakili yaitu Provinsi Riau, dimana dalam membangun citranya Intsiawati Ayus memberikan kontak pribadinya untuk dapat menghuninya secara langsung, maka dengan hal tersebut akan semakin membangun citra Intsiawati Ayus adalah sebagai pejabat yang dekat dengan masyarakat

#### - Advokasi Bidang Agraria

Riau merupakan salah satu provinsi yang masih banyak terjadi sengketa lahan/tanah, bedasarkan informasi yang ditemukan, Riau menjadi provinsi yang terbesar dalam hal permasalahan agrarian pada tahun 2021, dari total lahan yang terdampak konflik seluas 624.272 Hektar Riau menyumbang 60.339 Hektar berdasarkan sumber berita dari harian Kompas (2021), ini menjadi peluang Intsiawati Ayus untuk melakukan advokasi yang kemudian menjadi jalan untuk berinteraksi dengan masyarakat yang memerlukan jasa advokasi dibidang agraria.

Hal pertama yang dilakukan Intsiawati Ayus dan tim adalah mensosialisasikan kepada masyarakat bahwa Intsiawati Ayus memiliki keilmuan (kompetensi) tentang hukum agraria, setelah itu masyarakat banyak yang datang menyampaikan aspirasi kepada Intsiawati Ayus terkait permasalahan agraria

kepadanya, langkah selanjutnya adalah Intsiawati Ayus beserta tim melakukan rapat kerja untuk mencari solusi agar permasalahan masyarakat dan perusahaan perihal tanah sengketa selesai, berikut intsiawati ayus dalam menyambut dan menerima masyarakat daerah konstituennya:



Sumber: Akun Fanpage Instagram @intsiawati

**Gambar 2: Insiawati Ayus Menyambut Kedatangan Masyarakat Yang Menyampaikan Aspirasinya**

Setelah berhasil membantu masyarakat dalam proses advokasi tersebut, Intsiawati Ayus tidak pernah meminta upah atau imbalan, biasanya masyarakat berinisiatif membayar dengan hasil pertanian yang ada dikampung mereka, seperti pisang, kelapa, ikan dan lain sebagainya. Pemberian hasil pertanian dari masyarakat ini bervariasi ada yang memberikan langsung saat Intsiawati Ayus berada di lapangan, dan ada juga yang mengirimkannya langsung ke Pekanbaru atau juga ke Jakarta. Hal yang dilakukan masyarakat ini sebenarnya adalah bentuk ucapan terima kasih mereka kepada sang Senator asal Riau tersebut, karna mereka merasa terbantu dengan upaya advokasi dari Anggota DPD RI tersebut, dalam melakukan penyelesaian aspirasi yang disampaikan masyarakat konstituennya adalah dilakukan dengan pengkajian terlebih dahulu dan seterusnya akan dilakukan pembahasan dengan membawa aspirasi tersebut ke lembaga yang berwenang dengan melakukan koordinasi dan seterusnya untuk dilakukan pembahasan dalam menuntaskan dan mencari titik terang dan kebijakan yang akan diambil

nantinya dalam menyelesaikan aspirasi dari masyarakat konstituen, walau memang kadang yang terjadi adalah kebuntuan konsultasi antara DPD dan DPR yang memiliki kepentingan yang berseberangan, namun hal yang tetap diupayakan maksimal dalam penyelesaian aspirasi masyarakat sesuai dengan ketentuan Undang-Undang yang berlaku.

Advokasi dibidang Agraria ini berdampak positif terhadap citra Intsiawati Ayus, informasi terkait advokasi dibidang Agraria ini terus bergulir pada masyarakat Riau, karna informasi ini diteruskan dari mulut kemulut oleh masyarakat, dan ada saja yang memasukkan laporan kepada Intsiawati Ayus dan tim terkait permasalahan ini, sehingga ini menjadi deposito citra bagi seorang Intsiawati Ayus, bahwasanya seorang Intsiawati Ayus suka membantu masyarakat yang terkena masalah dengan cara memberikan solusi terhadap masalah-masalah masyarakat yang dalam hal ini berkaitan dengan permasalahan agraria, ini membuat citra Intsiawati Ayus menjadi baik dimasyarakat.

Dalam bidang Agraria ini, Intsiawati Ayus juga sering melakukan sosialisasi-sosialisasi tentang permasalahan tersebut kepada masyarakat konsituennya, tak hanya dilakukan pada masa kampanye, sosialisasi juga dilakukan bersama lembaga-lembaga Negara yang memiliki kapasitas dibidang agraria, hal ini dilakukan dalam rangka edukasi kepada masyarakat agar masyarakat tau aturan-aturan terkait permasalahan agraria, yang dapat dilihat sebagai berikut:



*Sumber: Akun Fanpage Instagram @intsiawati*  
**Gambar 3: Sosialisasi Perhutanan Sosial**

#### **- Pelekatan Nama Tokoh Melalui Organisasi RMB-LHMR**

Rumpun Melayu Bersatu Laskar Hulu Balang Melayu Riau atau yang disingkat RMB-LHMR adalah sebuah organisasi masyarakat yang berbasiskan kemelayuan terbesar di Provinsi Riau dengan beranggotakan yang saat ini diperkirakan mencapai 100 ribu orang, organisasi ini didirikan sebagai tindak lanjut dari momentum Kongres Rakyat Riau (KRR) II yang pada saat itu melahirkan pemikiran Riau merdeka, saat itu Tabrani Rab lah yang diusung sebagai Presiden Riau Merdeka dan H. Asman Yunus, SH sebagai Panglima Riau Merdeka. Sosok H. Asman Yunus sendiri Adalah ayah dari Intsiawati Ayus.

H. Asman Yunus memiliki pemikiran saat itu bahwa seorang panglima haruslah memiliki pasukan atau anggota maka dibentuklah RMB-LHMR pada tanggal 2 Mei 2001 di Pantai Raja. Sedangkan nama Hulubalang ini sebagai pencetunya adalah Dr. Yusmar Yusuf lalu kemudian langsung diaminkan oleh Mujtahid Thalib.

Laskar Hulubalang ini merupakan pengawal sebenarnya, yang dikawal dalam hal ini adalah Raja, karena statuta dalam system kerajaan telah dihapuskan, maka dianalogikanlah yang patut menggantikan raja pada saat itu oleh Laskar Hulubalang ini ialah kepala-kepala pemerintahan di Riau, RMB yang posisi administrasinya berada pada tingkat Dewan Pimpinan Pusat memiliki kedudukan di Riau, maka bagindanya ialah seorang Gubernur Riau. Sedangkan untuk pemimpin di Wilayah yang wilayahnya di Kabupaten/Kota maka bagindanya ialah seorang Bupati ataupun Walikota, sedangkan

yang berkedudukan ditingkat Pimpinan Daerah, maka bagindanya adalah Camat.

Organisasi RMB-LHMR ini ada di 12 Kabupaten/Kota yang ada di Riau, bahkan organisasi ini juga sampai ditingkat Kecamatan, organisasi ini sekarang dipimpin oleh Intsiawati Ayus selaku ketua umum di Dewan Pimpinan Pusat (DPP), Intsiawati Ayus melakukan pertemuan-pertemuan dengan jajaran DPW juga DPD yang ada ditingkat Kabupaten atau Kecamatan, ini dilakukan untuk menjalin komunikasi dan juga silaturrahmi agar organisasi ini berjalan dengan semestinya.

Organisasi ini sekarang dalam perkembangannya tidak hanya organisasi tempat berhimpun saja, bahkan berkembang mengikuti perkembangan zaman seperti mendirikan sayap-sayap organisasinya berupa Koperasi Rumpun Melayu Bersatu (KOPEREMBE), membuat Surat Kabar Mingguan "Suara Hulubalang", mendirikan Lembaga Dakwah Rumpun Melyu Bersatu, Laskar Mahasiswa Melayu Riau, mendirikan Perguruan Silat, hingga membuat Serikat Pekerja Melayu.

Perlu disadari pengaruh H. Asman Yunus selaku tokoh masyarakat Riau pada masa Reformasi tersebut secara tidak langsung itu berdampak terhadap citra Intsiawati Ayus, dan ini dikelola melalui Organisasi RMB-LHMR ini sehingga jasa-jasa H. Asman Yunus sebagai Panglima Riau merdeka bisa terus digaungkan melalui organisasi ini. Investasi image yang dilakukan oleh orang tua dari anggota DPD-RI ini berhasil dikelola dengan baik melalui organisasi yang juga didirikan oleh orang tuanya yaitu H. Asman Yunus, dan Intsiawati selaku anaknya mendapat manfaat dalam Pemilihan Umum di Riau pada tahun 2019 lalu menjadikannya terpilih sebagai anggota DPD-RI dari Riau.

Dengan adanya Pelekatan nama tokoh ini sangat positif terhadap citra Intsiawati Ayus pada masyarakat Riau, melalui organisasi RMB-LHMR inilah disosialisasikan sosok

sang ayah yaitu Asman Yunus yang pernah menjadi panglima Riau Merdeka yang mendampingi sosok Tabrani Rab ketika itu diusung sebagai bakal presiden Riau. Melalui organisasi RMB-LHMR tentu informasi ini cepat berkembang di masyarakat Riau, karna sosok H. Asman Yunus merupakan salah satu tokoh yang berpengaruh di Riau semasa Kongres Rakyat Riau berlangsung. Citra Intsiawati Ayus terlihat baik dimasyarakat karna masyarakat Riau melihat sosok sang ayah yang pernah berkontribusi memperjuangkan hak-hak rakyat Riau pada masa Reformasi dulu.

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang sudah dilaksanakan mengenai manajemen citra Anggota DPD-RI daerah pemilihan Riau 2019, maka dapat diambil sebuah kesimpulan 1) Manajemen Citra Intsiawati Ayus pada pemilihan Anggota DPD-RI daerah Pemilihan Riau tahun 2019 adalah: Pertama Interaksi disosial Media yang dilakukan oleh Intsiawati Ayus dan Tim Sukses tidak hanya sebatas mengandalkan perkataan ataupun perbuatannya, dari hasil penelitian yang dilakukan, terlihat bahwa Intsiawati beserta tim sukses berhasil membuat cara yang mungkin jarang dilakukan oleh politisi-politisi lain, caranya yang dilakukan adalah berinteraksi dengan masyarakat dengan cara merespon sekecil apapun respon dari masyarakat di sosial media, interaksi yang dilakukan berupa membala komentar-komentar dikolom komentar pada postingan sosial media Intsiawati Ayus, memberikan like baik pada komentar masyarakat ataupun di postingan sosial media masyarakat dan juga membala pesan dari masyarakat yang tersedia di sosial media tersebut. Komunikasi yang terjadi disosial media ini menjadi komunikasi dua arah dengan segenap masyarakat disosial media, ini yang menjadikan citra Intsiawati Ayus baik, masyarakat merasa dekat dengan sosok

Anggota DPD-RI ini. Kedua Advokasi dibidang Agraria adalah yang menjadi salah satu cara dilakukan oleh Intsiawati Ayus dalam membangun citra di masyarakat dalam pemilihan Anggota DPD-RI dapil Riau tahun 2019, citra baik yang diperolehnya ini merupakan hasil timbal balik yang dilakukan Intsiawati Ayus terhadap masyarakat yang dibantu dalam advokasi dibidang Agraria. Hal ini didukung Intsiawati ayus ini adalah seorang Lawyer yang paham dibidang hukum sehingga advokasi dibidang Agraria ini bisa dilaksanakan. Ketiga Pelekatan Nama Tokoh melalui Organisasi RMB – LHMR, pelekatan nama tokoh ini sangat positif terhadap citra Intsiawati Ayus, melalui organisasi RMB- LHMR inilah disosialisasikan sosok sang ayah yaitu Asman Yunus yang pernah menjadi panglima Riau merdeka, dia dikenal berani dan tegas sehingga Intsiawati Ayus yang merupakan anak dari H. Asman Yunus mendapatkan citra yang baik ditengah masyarakat.

## 6. Referensi

Cakaplah. (2019, September 2). Sah, Ini 4 Nama yang Mewakili Riau di DPD RI Hasil Pemilu 2019. *Https://Www.Cakaplah.Com/Berita/Baca/42498/2019/09/02/Sah-Ini-4-Nama-Yang-Mewakili-Riau-Di-Dpd-Ri-Hasil-Pemilu-2019#sthash.VGbcqPeb.Dpbs.*

Dhiaurrahman, & Maya. (2020). STRATEGI MARKETING POLITIK H. SUDIRMAN (HAJI UMA) (STUDI ANALISIS NAIKNYA PEROLEHAN SUARA SECARA SIGNIFIKAN PADA PEMILIHAN ANGGOTA DPD RI TAHUN 2019). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM)*, 5.

Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *HUMANIKA*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>

Kumar Goyal, A., & Gao, X.-Z. (2021). Human opinion dynamics optimization for ICI mitigation in MC-CDMA systems. *Expert Systems with Applications*, 175, 114903. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2021.114903>

Maharanie Putri, K., & Nurrahmawati. (2022). Strategi Impression Management Petugas Public Relations dalam Management Citra. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(2). <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i2.2920>

Mogot, A. B., Tamowangkay, V., & Egeten, M. (2023). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Politik. *POLITICO: Jurnal Ilmu Politik*, 12(4), 583–596. <https://doi.org/10.35797/jp.v12i4.52230>

Prayogi, D., & Prawijaya, A. (2022). Strategi Media Relations Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Luwu Timur dalam Peningkatan Sarana Informasi Publik. *JURNAL TERAPAN PEMERINTAHAN MINANGKABAU*, 2(2), 115–131. <https://doi.org/10.33701/jtpm.v2i2.2824>

Puspika Sari, L., Aidil Zetra, & Tengku Rika Valentina. (2020). Peran Ruang Publik Dalam Meningkatkan Pasrtisipasi Politik Di Nagari Talang Anau. *Jurnal Niara*, 13(2), 11–22. <https://doi.org/10.31849/niara.v13i2.4458>

Ramkita, M., & Muslim, M. (2023). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI ALAT KOMUNIKASI POLITIK (STUDI KASUS SOSIAL MEDIA DEWAN PIMPINAN WILAYAH PARTAI KEADILAN SEJAHTERA PROVINSI SUMATERA SELATAN). *SEIKAT: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Hukum*, 2(6), 538–546. <https://doi.org/10.55681/seikat.v2i6.1009>

Rianita, Yandra, Husana, Amelia, & Suratmi. (2024). Edukasi Pemilu 2024 Berbasis Multiliterasi Untuk Pemilih Pemula Di SMAN 02 Minas. *Transformasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(<https://doi.org/10.31764/transformasi.v4i1.21983>).

Risdianto, W. J., & Grahani F, A. (2023). PERBANDINGAN KEWENANGAN LEGISLASI LEMBAGA LEGISLATIF ANTARA DEWAN PERWAKILAN DAERAH REPUBLIK INDONESIA DAN AMERIKA SERIKAT SEBAGAI REGIONAL REPRESENTATIVE BODY. *Res Publica: Jurnal Hukum Kebijakan Publik*, 7(1), 109. <https://doi.org/10.20961/respublica.v7i1.49993>

Triyono, & Agus. (2010). *CITRA PARTAI POLITIK DALAM FRAMING MEDIA* [[Http://hdl.handle.net/11617/1832](http://hdl.handle.net/11617/1832)]. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Yandra. (2016). E-goverment dengan Memanfaatkan Teknologi Informasi. *Jurnal Kajian Politik Dan Masalah Pembangunan*, 12(<https://journal.unas.ac.id/politik/issue/view/44>), 1769–1780.