

Jurnal JTik (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)

DOI: <https://doi.org/10.35870/jtik.v9i4.4035>

Personal Branding Anggota DPR dalam Sidang Pengesahan UU TNI: Strategi Komunikasi Politik dan Representasi Diri di Ruang Publik

Putri Ekaresty Haes ^{1*}, Sugeng Karyadi ², Yunidyawati Azlina ³, Imam Jayanto ⁴, Musran Munizu ⁵

^{1*} Program Studi Komunikasi, Universitas Pendidikan Nasional, Kota Denpasar, Provinsi Bali, Indonesia.

² Universitas Lambung Mangkurat, Kota Banjarmasin, Provinsi Kalimantan Selatan, Indonesia.

³ Program Studi Administrasi Perkantoran, Universitas Bina Sarana Informatika, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia.

⁴ Program Studi Farmasi, Universitas Sam Ratulangi, Kota Manado, Provinsi Sulawesi Utara, Indonesia.

⁵ Program Studi Manajemen, Universitas Hasanuddin, Kota Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia.

article info

Article history:

Received 20 February 2025

Received in revised form

20 March 2025

Accepted 1 April 2025

Available online October 2025.

Keywords:

Personal Branding; DPR

Members; Political

Communication; TNI Law;

Self-Representation.

Kata Kunci:

Personal Branding; Anggota

DPR; Komunikasi Politik; UU

TNI; Representasi Diri.

abstract

This study aims to analyze the forms of personal branding exhibited by members of the Indonesian House of Representatives (DPR) during the legislative session for the ratification of the Indonesian National Armed Forces (TNI) Law. Employing a qualitative–interpretative approach with Fairclough’s Critical Discourse Analysis (CDA) as the method, this research explores the political communication strategies employed by DPR members in constructing their public persona through physical appearance, rhetorical style, and personal narratives communicated to the public and media. The primary data source is a news article titled “7 Statements from DPR RI Commission I Regarding the Revision of the TNI Law, Revealing the Discussed Articles” by Devira Prastiwi, published on Liputan6.com and updated on March 16, 2025. The findings indicate that several DPR members actively used the parliamentary session as a stage to build their brand, projecting traits such as nationalism, courage, integrity, and concern for military and defense issues. These personal branding strategies not only reflect their political positioning but also aim to strengthen emotional connections with constituents and broaden their electoral reach. This research contributes to the understanding of the dynamics of political personalization in the mediated era, where personal image becomes a crucial instrument in shaping public perception of legislative performance.

abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk-bentuk personal branding yang ditampilkan oleh anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) dalam konteks sidang pengesahan Undang-Undang Tentara Nasional Indonesia (UU TNI). Melalui pendekatan kualitatif–interpretatif dengan metode Analisis Wacana Kritis (AWK) Fairclough, penelitian ini menelusuri strategi komunikasi politik yang digunakan oleh para anggota DPR dalam membangun citra diri mereka, baik melalui penampilan fisik, gaya retorika, maupun narasi personal yang dikomunikasikan kepada publik dan media. Sumber data utama dalam penelitian ini adalah artikel berita berjudul “7 Pernyataan Komisi I DPR RI Terkait Revisi UU TNI, Beberkan Pasal yang Dibahas” oleh Devira Prastiwi, yang dimuat di Liputan6.com dan diperbarui pada 16 Maret 2025. Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa anggota DPR secara aktif menggunakan sidang sebagai panggung untuk membangun brand personal, dengan menampilkan karakteristik tertentu seperti nasionalisme, keberanian, integritas, atau kepedulian terhadap isu militer dan pertahanan. Strategi personal branding ini tidak hanya mencerminkan posisi politik mereka, tetapi juga bertujuan memperkuat hubungan emosional dengan konstituen serta memperluas daya jangkauan elektoral. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami dinamika personalisasi politik di era mediatik, di mana citra personal menjadi instrumen penting dalam membentuk persepsi publik terhadap kinerja wakil rakyat.

Corresponding Author. Email: ekarestyhaes@undiknas.ac.id ^{1}.

Copyright 2025 by the authors of this article. Published by Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan RISET). This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. 



ACM Computing Classification System (CCS)

EBSCOhost

Communication and Mass Media Complete (CMMC)

1. Pendahuluan

Perubahan lanskap komunikasi politik di era digital telah mendorong para aktor politik untuk mengadaptasi strategi mereka dalam berinteraksi dengan publik. Saat ini, perhatian tidak hanya tertuju pada lembaga atau partai politik, tetapi juga pada individu-individu di dalamnya yang mampu menjalin hubungan pribadi dan emosional dengan konstituen. Dalam hal ini, personal branding memainkan peran penting sebagai strategi komunikasi yang menggabungkan aspek identitas pribadi, penampilan publik, serta narasi diri yang disampaikan secara konsisten dalam berbagai ruang komunikasi politik, baik formal seperti forum legislatif, maupun informal melalui media sosial (Boestam *et al.*, 2023). Fenomena ini sangat terlihat dalam dinamika politik Indonesia, di mana anggota legislatif diharuskan tidak hanya menjadi representasi partai, tetapi juga sebagai figur publik yang mampu menampilkan nilai dan karakter pribadi mereka. Sidang-sidang legislatif yang disiarkan atau diliput oleh media telah menjadi panggung penting bagi anggota DPR untuk menunjukkan kualitas diri mereka, seperti keberanian dalam menyuarakan kritik, kepedulian terhadap isu-isu publik, serta penegasan terhadap nilai-nilai nasionalisme dan ketegasan dalam membela institusi negara.

Pengesahan Undang-Undang Tentara Nasional Indonesia (UU TNI) menjadi salah satu momen strategis yang memberi ruang bagi anggota DPR untuk membentuk dan menampilkan personal branding mereka. Sebagai isu yang sangat penting terkait dengan pertahanan negara, reformasi militer, dan hubungan sipil-militer, pembahasan UU TNI menciptakan ketegangan antara kebutuhan untuk memperkuat pertahanan dan menjaga prinsip-prinsip demokrasi sipil. Dalam perdebatan ini, anggota DPR tidak hanya menyampaikan posisi politik mereka, tetapi juga membingkai posisi tersebut dengan narasi pribadi yang bertujuan memperkuat persepsi publik terhadap integritas, nasionalisme, dan keberpihakan mereka. Selain membahas substansi, banyak anggota DPR yang memanfaatkan forum sidang untuk mengartikulasikan identitas politik mereka. Mulai dari cara berpakaian, pilihan diksi, intonasi suara, hingga penggunaan istilah militer atau nasionalis, semua elemen ini menjadi bagian dari koreografi politik yang

membentuk citra publik seorang legislator. Personal branding dalam konteks ini berfungsi sebagai instrumen politik yang sangat efektif dalam membangun legitimasi dan kredibilitas di mata masyarakat, terutama di tengah meningkatnya ketidakpercayaan publik terhadap lembaga legislatif. Dengan semakin kuatnya pengaruh media dalam membentuk opini publik, usaha untuk membangun citra diri di ruang-ruang formal seperti sidang DPR tidak dapat dipisahkan dari kebutuhan untuk tampil menonjol dan menarik perhatian media. Hal ini juga berdampak pada bagaimana anggota DPR mengelola komunikasi politik mereka secara lebih terencana dan simbolik. Personal branding bukan lagi sekadar strategi tambahan, melainkan telah menjadi bagian inheren dari praktik politik kontemporer yang memiliki peran penting dalam membentuk persepsi, loyalitas, dan elektabilitas para politisi. Oleh karena itu, sangat penting untuk memeriksa lebih jauh bagaimana proses personal branding anggota DPR terwujud dalam konteks debat atau pengesahan kebijakan strategis seperti UU TNI. Penelusuran terhadap praktik representasi diri dalam ruang-ruang legislatif ini dapat memberikan pemahaman lebih mendalam tentang bagaimana kekuasaan, identitas, dan komunikasi politik saling terkait dalam membentuk makna dan persepsi publik terhadap wakil rakyat.

Dalam dekade terakhir, konsep *personal branding* telah mengalami evolusi signifikan, dari praktik pemasaran individu menuju strategi komunikasi politik yang lebih kompleks dan terintegrasi. Menurut Montoya dan Vandehey (2009), *personal branding* adalah proses yang sadar dan intensional untuk menciptakan pengaruh positif di mata publik dengan membentuk persepsi, nilai, dan keunikan yang mudah dikenali oleh masyarakat. Dalam konteks politik, *personal branding* bukan hanya sekadar alat promosi, melainkan merupakan instrumen strategis untuk membangun legitimasi, kredibilitas, dan koneksi emosional dengan konstituen (Jeffri, 2021; Azka & Syahputra, 2023). Ilana Gershon (2017) dalam bukunya *Down and Out in the New Economy* mengungkapkan bahwa *personal branding* kini telah berkembang menjadi bentuk performativitas politik. Dalam konteks ini, politisi tidak hanya sekadar menawarkan ide atau kebijakan, tetapi juga menjual narasi diri mereka. Seiring dengan semakin terhubungnya dunia politik dengan teknologi

digital, keaslian (*authenticity*) menjadi komoditas utama dalam membangun *personal branding*. Politisi dituntut untuk menampilkan diri yang 'otentik', dengan citra yang konsisten antara apa yang mereka katakan, bagaimana mereka berperilaku, dan bagaimana mereka direpresentasikan oleh media (Enli, 2017) (Adah & Murbantoro, 2023; Hidayati, 2021). Shepherd (2005) dan Lair, Sullivan, dan Cheney (2005) mengidentifikasi tiga elemen utama dalam *personal branding*: (1) *Differentiation*, yaitu kemampuan seorang politisi untuk menampilkan diri secara berbeda dari yang lain, misalnya melalui sikap vokal, keberpihakan pada isu tertentu, atau penggunaan simbolik yang menonjol; (2) *Visibility*, yaitu sejauh mana seorang figur tampil dalam ruang publik dan mendapat perhatian media. Dalam konteks ini, ruang sidang DPR menjadi salah satu arena utama; dan (3) *Consistency*, yaitu konsistensi antara penampilan dan pesan politik yang disampaikan untuk membangun kepercayaan publik. Elemen-elemen ini terlihat dalam cara anggota DPR menyampaikan pernyataan, memilih diksi yang berkesan, atau memanfaatkan framing media untuk memperkuat citra diri mereka (Kusuma *et al.*, 2024; Irawatiningrum, 2020).

Dalam kajian tentang *mediatisation* politik, Mazzoleni dan Schulz (1999) menjelaskan bahwa media kini tidak hanya berfungsi sebagai perantara, tetapi telah menjadi arena utama di mana politik berlangsung. Politisi dituntut untuk mengelola citra diri dan menyesuaikan diri dengan logika media agar dapat mempertahankan relevansi politik mereka. Dalam hal ini, teori representasi dari Stuart Hall (1997) relevan untuk memahami bagaimana citra diri anggota DPR diproduksi, dipertahankan, dan dipersepsikan oleh publik. Representasi bukanlah cerminan realitas, melainkan hasil konstruksi yang sarat dengan nilai, ideologi, dan kepentingan tertentu, baik dari politisi itu sendiri maupun dari media (Kodoati & Maida, 2023; Fitri & Adeni, 2020; Sunarwan & Pieter Surlia, 2021). Dalam perspektif sosiologi simbolik, Erving Goffman (1959), dalam karyanya *The Presentation of Self in Everyday Life*, menyatakan bahwa individu, termasuk politisi, terlibat dalam "dramaturgi sosial", di mana mereka memainkan peran tertentu di "panggung depan" (*front stage*) untuk memengaruhi persepsi audiens. *Personal branding* dalam hal ini dapat dipahami sebagai tindakan simbolik yang sarat

dengan perencanaan, skenario, dan manipulasi simbol. Citra yang ditampilkan oleh anggota DPR dalam sidang bukan hanya sebagai respons terhadap isu tertentu, tetapi juga merupakan bagian dari strategi representasi diri mereka: menampilkan diri sebagai nasionalis, pengkritik, pembela rakyat, atau teknokrat. Panggung sidang dan media yang meliputnya menjadi ruang performatif yang melegitimasi identitas politik mereka di mata publik (Sitompul *et al.*, 2021; Andriana *et al.*, 2022; Shabiriani, 2021).

Penelitian terkait *personal branding* dalam politik menunjukkan berbagai pendekatan yang digunakan oleh politisi untuk membangun citra diri mereka. Royani dan Rusdiana (2023) dalam studi mereka tentang Muhammad Shoma, seorang politisi muda Generasi Z, mengungkapkan bahwa Shoma berhasil membangun citra religius dan aktif sosial melalui akun Instagram-nya meskipun berasal dari partai nasionalis. Branding-nya semakin kuat dengan penggunaan simbol visual seperti peci dan baju koko yang memperkuat citra Islami. Sementara itu, Jamil, Hamad, dan Sari (2023) membahas bagaimana Puan Maharani membangun *personal branding* melalui Instagram menjelang Pemilihan Presiden 2024. Penelitian ini menemukan bahwa Puan memanfaatkan konten teks, foto, dan video untuk menunjukkan kedekatannya dengan masyarakat, dukungannya terhadap isu perempuan, serta kepemimpinan, namun branding yang dibangun dianggap kurang konsisten dan belum mampu meningkatkan elektabilitasnya secara signifikan. Di sisi lain, Caisaria, Sari, dan Handayani (2023) menganalisis Anwar Hafid, anggota DPR RI, yang menggunakan Facebook untuk membangun *personal branding* menjelang Pilgub Sulawesi Tengah 2024.

Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa Anwar berhasil menerapkan strategi konsistensi unggahan dan penggunaan musik khas, dengan penekanan pada diferensiasi, kesatuan, dan kepribadian, serta citra religius dan inklusif terhadap politik terbuka. Irawatiningrum (2020) juga menekankan pentingnya media sosial sebagai sarana strategis dalam membangun *personal branding* calon legislatif (caleg). Penelitiannya mengenai Ratna Juwitasari, caleg dari PKB Tuban, menunjukkan bahwa media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter digunakan untuk menyampaikan pesan politik dengan konten visual,

kutipan inspiratif, serta ucapan hari besar. Sarasati *et al.* (2023) menyelidiki *personal branding* KPH Purbodiningrat, anggota DPRD DIY, yang memadukan nilai konservatif dengan sikap adaptif terhadap perkembangan zaman, serta penggunaan media sosial. Branding yang dibangun menekankan integritas, kesederhanaan, kedekatan dengan masyarakat, dan semangat "Tahta untuk Rakyat". Terakhir, penelitian oleh Sse *et al.* (2024) menganalisis Mario David, anggota DPRD Makassar, yang memanfaatkan media sosial untuk membangun *personal branding* melalui unggahan yang rutin dan terukur, dengan fokus pada spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, visibilitas, serta konsistensi. Penelitian ini menekankan peran media sosial sebagai jembatan antara aktivitas politik nyata dengan ekspektasi publik yang lebih luas.

2. Metodologi Penelitian

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-interpretatif, karena bertujuan untuk memahami makna dan strategi komunikasi yang dilakukan oleh aktor politik (anggota DPR) dalam situasi sosial dan simbolik yang spesifik. Jenis penelitian ini bersifat deskriptif-kritis, yang memungkinkan peneliti mengeksplorasi secara mendalam praktik *personal branding* sebagai representasi diri di ruang publik formal, khususnya dalam forum legislatif. Untuk menganalisis data, penelitian ini menggunakan Analisis Wacana Kritis (AWK) model Norman Fairclough, yang menekankan pada relasi antara teks, praktik diskursif, dan praktik sosial. Model ini dipilih karena mampu mengungkap bagaimana strategi *personal branding* dibentuk melalui pilihan kata, narasi, representasi visual, dan bagaimana media ikut berperan dalam membingkai identitas politik individu (Solihin, 2021; Fitriana P *et al.*, 2020; Anjayani & Hudiyono, 2023).

Fokus Penelitian

Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi bentuk-bentuk dan strategi *personal branding* yang ditampilkan oleh anggota DPR RI, khususnya anggota Komisi I, dalam rentang waktu Sidang Pengesahan UU TNI. Fokus ini ditujukan untuk melihat bagaimana citra pribadi dikonstruksi

melalui komunikasi verbal, non-verbal, dan simbolik, baik yang disampaikan secara langsung dalam sidang maupun melalui peliputan media dan unggahan di media sosial.

Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber digital yang relevan dan dapat dipertanggungjawabkan. Pertama, dokumentasi pemberitaan media menjadi sumber utama untuk menangkap narasi yang berkembang di ruang publik terkait pengesahan UU TNI dan keterlibatan anggota DPR dalam proses tersebut. Artikel utama yang dijadikan acuan berjudul "7 Pernyataan Komisi I DPR RI Terkait Revisi UU TNI, Beberkan Pasal yang Dibahas," yang ditulis oleh Devira Prastiwi dan diterbitkan di Liputan6.com pada 16 Maret 2025.

Teknik Analisis Data

Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan pendekatan Analisis Wacana Kritis (AWK) model Norman Fairclough, yang menekankan bahwa wacana tidak hanya terdiri atas teks, tetapi juga merupakan praktik sosial yang mencerminkan, melanggengkan, atau bahkan menantang struktur kekuasaan dalam masyarakat. Model ini terbagi ke dalam tiga dimensi utama analisis: analisis teks, praktik diskursif, dan praktik sosial. Pertama, pada dimensi analisis teks (*textual analysis*), penelitian ini menelaah secara mendalam struktur linguistik dari pernyataan anggota DPR dalam Sidang Pengesahan UU TNI. Fokus diberikan pada pilihan kata dan metafora politik yang mereka gunakan, seperti frasa-frasa simbolik "NKRI harga mati," "penguatan doktrin," atau "loyalitas prajurit pada negara." Selain itu, gaya bahasa yang digunakan oleh masing-masing anggota, apakah persuasif, naratif, militeristik, atau nasionalis, juga dianalisis sebagai bagian dari strategi membangun citra politik.

Unsur visual yang muncul dalam rekaman sidang, seperti pakaian dinas, ekspresi wajah, dan penggunaan simbol negara (misalnya pin merah putih atau lambang Garuda), turut dikaji sebagai elemen yang menguatkan pesan identitas dan *positioning* diri mereka di hadapan publik. Kedua, dalam dimensi praktik diskursif (*discourse practice*), analisis diarahkan pada bagaimana wacana-wacana tersebut diproduksi,

didistribusikan, dan dikonsumsi oleh publik. Penelitian ini menelusuri bagaimana pidato dan opini anggota DPR disampaikan, kemudian dikutip dan disebarluaskan oleh media arus utama. Peneliti memperhatikan bagaimana media memilih bagian tertentu dari pernyataan politisi untuk diberi sorotan, serta bagaimana framing dilakukan, apakah memperkuat citra heroik, menimbulkan kontroversi, atau netral. Selain itu, peran media sosial pribadi milik anggota DPR juga menjadi penting, karena mereka aktif menyebarkan narasi tersebut secara digital sebagai bagian dari penguatan *brand* politik mereka kepada khalayak yang lebih luas. Ketiga, dalam dimensi praktik sosial (*social practice*), analisis berfokus pada bagaimana *personal branding* yang dibentuk oleh anggota DPR merefleksikan posisi ideologis mereka dalam isu-isu pertahanan, relasi sipil-militer, dan demokrasi. Wacana di sini dilihat sebagai bagian dari perjuangan simbolik untuk mempengaruhi opini publik dan memperkuat legitimasi politik.

Penelitian ini menelaah bagaimana strategi representasi diri, seperti menyatakan kedekatan dengan TNI, mendukung penguatan peran militer dalam menjaga keamanan, atau membela supremasi sipil, digunakan oleh politisi untuk membangun koneksi emosional dengan publik, terutama menjelang pemilu atau dalam upaya mempertahankan loyalitas konstituen. Analisis ini juga mempertimbangkan bagaimana citra diri yang ditampilkan berhubungan erat dengan situasi sosial-politik yang lebih luas, termasuk meningkatnya sentimen nasionalisme, tuntutan publik terhadap stabilitas keamanan, dan dinamika politik elektoral.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil

Sebagai bagian dari rangkaian pembahasan mengenai revisi Undang-Undang Tentara Nasional Indonesia (UU TNI), anggota Komisi I DPR RI, TB Hasanuddin, memberikan pernyataan tegas bahwa proses revisi tersebut tidak akan dipercepat, meskipun isu ini tengah hangat diperbincangkan di kalangan publik.



Gambar 1. Anggota Komisi I DPR RI TB Hasanuddin Sebut Revisi UU TNI Tak Akan Ngebut

Pada dimensi analisis teks, ditemukan bahwa gaya bahasa yang digunakan oleh TB Hasanuddin bersifat klarifikatif dan afirmatif. Ia secara berulang menegaskan bahwa tidak ada percepatan dalam pengesahan RUU TNI, dengan menggunakan frasa seperti "tidak akan dipercepat", "clear ya", dan "kami belum membahas DIM". Penggunaan repetisi dalam kalimat seperti "tidak usah di-lambat-lambatkan, tidak usah juga di-cepat-cepatkan" memperkuat posisinya sebagai pihak yang memilih sikap tengah, yang tidak terjebak pada desakan untuk mempercepat atau memperlambat proses legislasi. Selain itu, ia menyisipkan metafora informal seperti "takut kecelakaan di jalan musim hujan banyak yang licin" untuk menjelaskan potensi risiko percepatan legislasi, menggunakan gaya retorika yang populis dan memudahkan pemahaman publik awam terhadap proses politik yang kompleks.

Pernyataan seperti "buat saya pribadi", "saya tidak terlalu memikirkan soal selesai kapan", dan "as soon as possible itu lebih bagus" mencerminkan dimensi etos personal, yang bertujuan membangun kesan bahwa ia bekerja berdasarkan nalar dan bukan karena tekanan politik. Meskipun berita ini tidak menyajikan elemen visual secara langsung, konteks tempat pernyataan seperti Gedung Nusantara II dan hotel di kawasan Jakarta Pusat memberikan sinyal bahwa pernyataan TB Hasanuddin disampaikan di ruang-ruang yang mencerminkan keseriusan dan keterlibatan aktif dalam proses formal maupun informal. Pada dimensi praktik diskursif, pernyataan TB Hasanuddin diproduksi dalam dua ruang: formal (DPR) dan semi-formal (lokasi luar gedung). Wacana ini kemudian didistribusikan melalui media, yang berperan sebagai

penyebar klarifikasi. Kutipan yang disorot oleh media bersifat menenangkan, menyangkal isu percepatan pengesahan, dan menguatkan persepsi bahwa legislator tetap menghormati prosedur yang berlaku. Strategi intertekstualitas juga tampak dalam cara TB Hasanuddin menyebut istilah teknis seperti DIM (Daftar Inventarisasi Masalah) dan RUU lain seperti RUU Penyiaran dan RUU Penggunaan Ruang Udara. Hal ini memperluas cakupan diskursif dan menunjukkan bahwa proses legislasi adalah kompleks dan simultan, bukan tunggal.

Dalam hal ini, framing yang dibentuk menunjukkan dirinya sebagai politisi yang memahami kerja kelembagaan dan legislasi multi-isu. Pada dimensi praktik sosial, wacana ini muncul dalam situasi di mana perhatian publik terhadap revisi UU TNI semakin meningkat, terutama kekhawatiran terkait potensi penguatan peran militer dalam kehidupan sipil. Dengan menyatakan bahwa tidak ada percepatan atau kebut-kebutan dalam legislasi, TB Hasanuddin berupaya meredam kekhawatiran tersebut. Sebagai seorang purnawirawan jenderal, ia tidak tampil sebagai simbol dominasi militer, melainkan sebagai politisi sipil yang tetap menjunjung prinsip demokrasi dan proseduralisme hukum. Ia membingkai dirinya sebagai penjaga harmoni sipil-militer, dengan menekankan pentingnya kerja yang cermat, bertahap, dan akuntabel.

Personal branding TB Hasanuddin dibangun dalam kerangka teknokratik dan nasionalis. Ia menampilkan dirinya sebagai sosok yang moderat, bekerja berdasarkan data yang valid, memperhitungkan aspek anggaran, dan menyadari kompleksitas regulasi. Media, dalam hal ini, berperan untuk memperkuat citra tersebut melalui seleksi kutipan yang menunjukkan TB Hasanuddin sebagai narasumber yang berwibawa, santai, dan tetap terkendali. Melalui analisis wacana kritis Fairclough, dapat disimpulkan bahwa pernyataan TB Hasanuddin tidak hanya sekadar respons terhadap isu percepatan revisi UU TNI, tetapi juga merupakan bagian dari strategi komunikasi politik yang memperkuat posisinya sebagai legislator berintegritas dan berwawasan kebangsaan di tengah dinamika sensitif antara demokrasi sipil dan kekuasaan militer.



Gambar 2. Anggota Komisi I DPR RI TB Hasanuddin Bahas soal Pasal

Analisis terhadap pernyataan anggota Komisi I DPR RI, seperti Mayjen TNI (Purn) TB Hasanuddin dan Syamsu Rizal, mengenai revisi Undang-Undang TNI, menemukan bentuk diskursifnya dalam pemberitaan media massa yang aktif memberikan penjelasan kepada publik. Dalam dimensi analisis teks (*textual analysis*), TB Hasanuddin menggunakan gaya komunikasi yang informatif, teknokratis, dan edukatif. Ia menjelaskan secara rinci pasal-pasal dalam DIM (Daftar Inventarisasi Masalah) yang dianggap penting dalam revisi, seperti Pasal 7, 47, dan 53. Dengan gaya bahasa yang lugas dan sistematis, Hasanuddin berusaha menunjukkan bahwa proses revisi dilakukan dengan hati-hati, tidak terburu-buru, dan berdasarkan prosedur yang jelas. Selain itu, TB Hasanuddin dengan bijaksana menegaskan bahwa tidak ada percepatan dalam pengesahan RUU TNI melalui frasa seperti "tidak ada kebut-kebutan", serta merinci perkembangan teknis rapat Panja yang baru menyelesaikan 40 persen dari total 92 DIM.

Pernyataan tersebut memperkuat citra dirinya sebagai seorang legislator yang menghargai ketelitian, akuntabilitas, dan menghindari tergesa-gesa dalam isu sensitif terkait reformasi militer. Ungkapan seperti "pensiun dilakukan gradual" dan "semua sudah dihitung oleh Dirjen Anggaran" memperkuat kredibilitas teknokratiknya sekaligus menyampaikan bahwa keputusan-keputusan legislasi telah berbasis kajian yang matang. Meskipun tidak ada elemen visual dalam teks tersebut, Hasanuddin berhasil membangun narasi personal branding sebagai legislator profesional yang berpengalaman dalam militer namun tetap taat pada prinsip demokrasi dan proseduralisme sipil. Sementara itu, pernyataan Syamsu Rizal memperluas wacana dengan membawa perspektif etis, normatif, dan demokratis. Dalam

dimensi praktik diskursif (*discourse practice*), Rizal tidak hanya menanggapi usulan revisi Pasal 47 tentang perluasan penempatan prajurit aktif di ranah sipil, tetapi juga menekankan pentingnya prinsip supremasi sipil, meritokrasi, dan analisis jabatan. Ia menggunakan diksi seperti “mencegah tumpang tindih wewenang,” “orientasi pengabdian, bukan orientasi cuan,” dan “menghindari antipati publik” untuk membangun narasi perlindungan terhadap nilai-nilai reformasi TNI pasca-Orde Baru. Sebagai legislator dengan latar belakang sipil, Rizal menekankan kehati-hatian dalam menjaga keseimbangan antara kekuatan militer dan prinsip-prinsip sipil yang demokratis. Pernyataan Rizal didukung oleh argumentasi hukum yang mengacu pada UU No. 34/2004, yang memperjelas batas-batas peran prajurit aktif dalam jabatan sipil, untuk menegaskan bahwa setiap perluasan harus tetap berpijak pada konstitusi dan prinsip demokrasi yang transparan.

Pada dimensi praktik sosial (*social practice*), kedua wacana yang dibangun oleh Hasanuddin dan Rizal muncul sebagai respons terhadap kekhawatiran publik mengenai potensi kembalinya dominasi militer dalam kehidupan sipil dan politik Indonesia. Hasanuddin, meskipun berlatar belakang militer, memperlihatkan posisinya yang moderat dan teknokrat, dengan fokus pada memastikan TNI tetap berada dalam koridor reformasi dan tidak terlibat dalam kegiatan bisnis atau jabatan sipil tanpa pengunduran diri. Rizal, dengan latar sipil, lebih menekankan pentingnya aspek moral dan institusional serta kehati-hatian dalam menjaga keseimbangan antara kekuatan militer dan prinsip sipil. Meskipun berasal dari latar belakang yang berbeda, keduanya menunjukkan *personal branding* politik yang adaptif terhadap tuntutan demokrasi kontemporer. Hasanuddin membingkai dirinya sebagai penjaga prosedur yang pro-reformasi dan tidak anti-militer, sedangkan Rizal menampilkan dirinya sebagai penjaga nilai-nilai sipil yang menjembatani kepentingan keamanan dan kebebasan sipil. Dalam praktik distribusi wacana, media seperti Liputan6.com berperan penting dalam memperkuat posisi kedua politisi tersebut: Hasanuddin sebagai narasumber teknis, dan Rizal sebagai narasumber normatif. Melalui kerangka Analisis Wacana Kritis Fairclough, dapat disimpulkan bahwa revisi UU TNI

tidak hanya menjadi arena bagi anggota DPR untuk menyuarakan posisi legislasi, tetapi juga untuk mempertontonkan identitas politik, loyalitas institusional, dan kredibilitas personal mereka. Semua aspek tersebut berkontribusi dalam pembentukan *personal branding* mereka di mata publik, media, dan konstituen. Dalam pernyataan resminya yang dikutip media pada 13 Maret 2025, Gavriel Novanto mewakili suara politik Partai Golkar dalam merespons polemik revisi UU TNI, terutama terkait kekhawatiran publik akan potensi kebangkitan dwifungsi militer. Melalui dimensi analisis teks (*textual analysis*), pernyataan Gavriel mencerminkan gaya komunikasi yang afirmatif, rasional, dan terukur. Ia menggunakan diksi yang menenangkan dan administratif, seperti “penegasan batas yang lebih rigid,” “perluasan terbatas,” dan “menghindari stagnasi dalam sistem kepemimpinan.” Pilihan kata ini berfungsi untuk membingkai revisi UU TNI sebagai langkah penyempurnaan teknis terhadap sistem organisasi militer, bukan sebagai ancaman terhadap demokrasi.

Gavriel secara eksplisit menegaskan bahwa prajurit aktif TNI hanya akan menduduki jabatan tertentu sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Ia juga menyebut bahwa penambahan lembaga sipil dari 10 menjadi 15 bukanlah bentuk penyimpangan, melainkan “perluasan sangat terbatas.” Strategi ini menampilkan dirinya sebagai komunikator politik yang menguasai isu dengan baik, meminimalkan kegelisahan sipil, dan menjamin bahwa DPR tetap tunduk pada prinsip supremasi sipil. Pernyataan “revisi ini justru hendak mengatur batasan yang jelas” memperkuat narasi bahwa revisi UU ini bukan langkah mundur, melainkan klarifikasi dan penguatan batas peran TNI dalam ranah sipil. Pada dimensi praktik diskursif (*discourse practice*), Gavriel menggunakan media sebagai alat untuk memosisikan dirinya dan fraksinya sebagai pihak legislatif yang mendukung reformasi militer, namun dengan pendekatan yang lebih realistis. Ia membingkai usulan penyesuaian batas usia pensiun sebagai bentuk “penghargaan atas pengabdian prajurit,” sekaligus sebagai mekanisme untuk mencegah stagnasi dan mendukung regenerasi. Dengan cara ini, ia berhasil menggabungkan narasi militeristik dan manajerial secara simultan—membangun citra bahwa revisi UU TNI adalah kebijakan strategis, bukan wacana politis. Peran media sebagai kanal distribusi semakin memperkuat persepsi tersebut, terutama karena kutipan-kutipan yang diangkat bersifat normatif dan

tidak konfrontatif. Pada dimensi praktik sosial (*social practice*), wacana ini mengungkap posisi Gavriel sebagai representasi dari kekuatan politik yang ingin menjaga keseimbangan antara profesionalisme militer dan tuntutan reformasi demokrasi. Penekanannya pada “penyesuaian dengan kebutuhan pertahanan modern” dan “keberlanjutan kepemimpinan yang efektif” menunjukkan bahwa ia membingkai TNI sebagai institusi strategis yang harus adaptif terhadap tantangan zaman, tetapi tetap dibatasi oleh konstitusi sipil. Pernyataan ini juga dapat dipahami sebagai bagian dari upaya membentuk personal branding Gavriel sebagai legislator muda yang moderat, terukur, dan berorientasi solusi, sekaligus mewakili suara partai yang secara historis identik dengan narasi stabilitas dan pembangunan. Dari sisi retorika, Gavriel tidak menunjukkan resistensi terhadap kritik publik, tetapi juga tidak membangun oposisi terhadap kekhawatiran masyarakat sipil. Sebaliknya, ia memilih posisi diplomatik dengan menekankan aspek teknis, efisiensi, dan keberlanjutan. Dengan demikian, melalui lensa analisis wacana kritis Fairclough, dapat disimpulkan bahwa pernyataan Gavriel Novanto tidak hanya merepresentasikan posisi formal DPR dalam revisi UU TNI, tetapi juga membentuk narasi politik yang bertujuan menyeimbangkan kepentingan militer, kredibilitas legislatif, dan tuntutan publik terhadap supremasi sipil.



Gambar 3. Kata Anggota Komisi I DPR Nurul Arifin dan Farah Puteri Nahlia

Pernyataan Nurul Arifin dan Farah Puteri Nahlia mengenai revisi UU TNI mencerminkan konstruksi wacana yang cermat, terstruktur, dan diplomatis dalam menanggapi isu strategis pertahanan negara.

Dalam dimensi analisis teks (*textual analysis*), Nurul Arifin menggunakan gaya bahasa yang inklusif dan progresif. Ia menyatakan bahwa Fraksi Golkar “siap membahas dan melakukan revisi UU TNI agar lebih relevan dengan perkembangan zaman,” yang menjadi diksi kunci dalam membingkai partainya sebagai aktor yang adaptif terhadap dinamika global dan keamanan kontemporer. Beberapa frasa seperti “menyesuaikan tantangan pertahanan modern,” “kontekstualisasi tugas pokok TNI,” dan “penyesuaian aturan agar tetap sejalan dengan prinsip profesionalisme” menunjukkan bahwa Nurul membangun narasi keseimbangan antara reformasi militer dan kebutuhan teknokratik kenegaraan. Pada saat yang sama, ia menyebut secara spesifik pasal-pasal yang menjadi perhatian dalam revisi UU, seperti Pasal 3, 7, 47, dan 53, yang memberikan kesan bahwa keterlibatan Fraksi Golkar tidak bersifat simbolik, tetapi berbasis kerja legislatif yang substansial. Narasi teknokratik ini semakin dikuatkan ketika ia menegaskan bahwa revisi aturan usia pensiun harus “memberikan keseimbangan antara regenerasi di tubuh TNI dan pengalaman prajurit senior.” Pernyataan ini memosisikan Nurul sebagai komunikator yang tidak hanya memahami substansi hukum, tetapi juga manajerial organisasi militer. Sementara itu, dalam wacana Farah Puteri Nahlia, muncul narasi yang lebih mendalam dan reflektif, terutama terkait dampak dari kebijakan perpanjangan usia pensiun. Ia menyoroti bahwa prajurit usia 60-an masih memiliki daya pikir tajam dan kebugaran yang baik, tetapi juga mengingatkan bahwa kebijakan ini berpotensi menimbulkan tantangan dalam regenerasi kepemimpinan.

Farah menggunakan diksi seperti “asesmen ketat,” “best of the best,” dan “prinsip meritokrasi” untuk menekankan pentingnya kualitas dalam promosi jabatan, sehingga kebijakan perpanjangan usia pensiun tidak menjadi alat pelanggaran kekuasaan internal. Ia juga menyuarakan kekhawatiran terhadap potensi ketimpangan anggaran jika belanja pegawai membesar, sementara alokasi untuk modernisasi alutsista dan pembangunan postur pertahanan justru tertekan. Ini menunjukkan keberpihakan pada efisiensi fiskal dan fokus strategis dalam belanja pertahanan negara. Pada dimensi praktik diskursif (*discourse practice*), baik Nurul maupun Farah memanfaatkan media massa sebagai saluran untuk

membentuk persepsi publik atas posisi mereka sebagai legislator yang profesional, kritis, namun tetap konstruktif. Mereka tidak menggunakan pendekatan populistik atau konfrontatif, tetapi menyampaikan gagasan melalui kerangka kebijakan yang sistematis. Framing media terhadap pernyataan mereka juga memperkuat kesan bahwa Golkar berposisi sebagai pihak yang berupaya menjembatani antara modernisasi militer, profesionalisme kelembagaan, dan kepentingan sipil. Sementara itu, dalam dimensi praktik sosial (*social practice*), pernyataan keduanya hadir dalam situasi yang sangat penting: menjaga kesinambungan reformasi TNI di tengah arus modernisasi dan tantangan global. Nurul secara implisit menolak kembalinya militer ke ranah sipil yang terlalu luas dengan tetap mengacu pada prinsip profesionalisme, sementara Farah mengingatkan akan pentingnya pembinaan kader dan regenerasi yang sehat, sehingga kepemimpinan TNI tidak stagnan dan tetap dinamis. Pernyataan Farah tentang perlunya “pengalaman strategis, pelatihan khusus, serta rekam jejak kepemimpinan” sebagai prasyarat menjadi jenderal menunjukkan dorongan ke arah peningkatan standar kualitas kepemimpinan militer. Ia menempatkan isu kepemimpinan TNI dalam konteks global dan menyarankan agar reformasi tidak hanya terjadi secara administratif, tetapi juga secara kultural dan meritokratis.

Melalui konstruksi wacana yang dibangun, baik Nurul Arifin maupun Farah Puteri Nahlia menampilkan diri mereka sebagai representasi perempuan politik Golkar yang tidak hanya vokal dalam isu perempuan dan sosial, tetapi juga memiliki kapasitas dalam isu strategis pertahanan. Dalam kerangka personal branding politik, keduanya membentuk identitas sebagai legislator rasional, modern, dan nasionalis dengan komitmen pada keseimbangan antara kekuatan negara dan kepentingan rakyat. Dalam hal ini, media menjadi mitra diskursif yang memperkuat narasi teknokratik dan kesetaraan perempuan dalam pembentukan kebijakan negara yang kritis dan maskulin secara tradisional, yakni isu militer dan pertahanan. Analisis wacana terhadap pernyataan Nurul dan Farah memperlihatkan bahwa revisi UU TNI tidak hanya menjadi arena legislasi teknis, tetapi juga ajang bagi para politisi untuk membangun citra dan posisi ideologis. Lewat retorika yang terukur, keduanya

menyampaikan gagasan yang tidak hanya merespons dinamika revisi undang-undang, tetapi juga menegaskan kredibilitas politik, intelektual, dan etika legislasi mereka di tengah sorotan publik terhadap masa depan supremasi sipil dan profesionalisme TNI.



Gambar 4. Wakil Ketua Komisi I DPR Dave Laksono Tegaskan Pembahasan Tak Akan Bertele-tele

Pernyataan Dave Akbarshah Fikarno Laksono terkait pembahasan revisi UU TNI membentuk konstruksi wacana yang menekankan efisiensi kerja legislatif dan kedekatan fungsi parlemen dengan kebutuhan masyarakat. Dalam analisis teks (*textual analysis*), Dave secara berulang menggunakan diksi “tidak bertele-tele”, yang menjadi pengulangan retorik untuk membangun kesan tegas, efisien, dan berorientasi hasil. Kalimat seperti “ini kan undang-undang kebutuhan masyarakat, kita hadir untuk melayani masyarakat” menjadi penguat narasi populis bahwa fungsi legislatif sejatinya bukan hanya formalitas, melainkan aksi nyata untuk melayani rakyat. Frasa ini secara simbolik menunjukkan bahwa proses legislasi, khususnya revisi UU TNI, dikemas sebagai agenda pelayanan publik, bukan semata-mata urusan teknokratis elit. Gaya komunikasi Dave bernuansa pragmatis namun terukur. Ia menekankan urgensi penyelesaian UU sebelum masa reses dengan menyatakan, “kalau kita keburu ya kita selesaikan,” sembari menegaskan bahwa tahapan seperti konsinyering, rapat Timus (Tim Perumus), dan Timsin (Tim Sinkronisasi) tetap akan dijalani sesuai prosedur. Ini menunjukkan strategi komunikasi ganda: di satu sisi membangun citra efisiensi dan kesiapan kerja, di sisi lain tetap menjaga kredibilitas prosedural agar tidak terkesan tergesa-gesa dan melanggar tata aturan legislatif. Struktur bahasanya

menyiratkan bahwa efisiensi dan akuntabilitas bisa berjalan beriringan. Pada dimensi praktik diskursif (*discourse practice*), Dave menyampaikan pernyataannya di Kompleks Parlemen, lokasi simbolis yang memperkuat kesan formal dan otoritatif dari komunikasi politik yang disampaikan. Melalui media, wacana tersebut kemudian didistribusikan kepada publik sebagai klarifikasi terhadap persepsi negatif yang sebelumnya berkembang tentang potensi percepatan pengesahan revisi UU TNI. Dengan menegaskan bahwa "semua tahapan dipastikan dilalui sesuai aturan", Dave tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk narasi defensif bahwa DPR tidak sedang "mengebut" revisi secara diam-diam atau tertutup. Pernyataan ini menjadi semacam respons implisit terhadap kritik masyarakat sipil dan media yang menilai pembahasan UU TNI terlalu cepat dan minim partisipasi publik. Adapun dalam dimensi praktik sosial (*social practice*), Dave berupaya membingkai proses legislasi sebagai kerja yang berorientasi pada pelayanan publik, sebuah transformasi simbolis dari fungsi legislatif sebagai pengawasan dan pengesahan kebijakan menjadi representasi langsung dari suara rakyat.

Narasi ini mengindikasikan pergeseran logika mediatik dalam komunikasi politik modern, di mana legislator tidak hanya mengerjakan fungsi kenegaraan, tetapi juga perlu mengkomunikasikannya sebagai bentuk kepedulian langsung terhadap kebutuhan masyarakat. Di sisi lain, pernyataan Dave juga memuat upaya personal branding sebagai pemimpin Komisi yang visioner, efisien, dan fokus pada deliverables konkret menjelang masa reses. Secara keseluruhan, melalui pendekatan analisis wacana kritis Fairclough, dapat disimpulkan bahwa Dave Laksono membentuk narasi efisiensi politik dalam bingkai prosedural, dengan membangun wacana bahwa DPR tetap menjalankan tugas konstitusionalnya tanpa mengabaikan tahapan formil. Personal branding yang terbentuk dari pernyataan ini adalah sosok legislator muda yang solutif, progresif, dan menempatkan kepentingan publik sebagai basis justifikasi kinerja legislatif. Dalam konteks wacana revisi UU TNI yang tengah menuai sorotan, narasi ini penting untuk menyeimbangkan persepsi publik antara urgensi kebijakan dan transparansi proses demokrasi.



Gambar 5. Ketua Komisi I DPR Utut Adianto
Beberkan 3 Isu yang Dibahas dalam Revisi UU TNI

Pernyataan Ketua Komisi I DPR RI, Utut Adianto, menyampaikan konstruksi wacana yang berupaya menyeimbangkan aspek politis, teknokratis, dan komunikatif dalam proses revisi Undang-Undang TNI. Dalam dimensi analisis teks, Utut menggunakan bahasa yang sangat naratif, komunikatif, dan kadang personal—ditandai dengan frasa seperti "kalau menurut hemat saya ini bagian dari keadilan", "kan memang banyak pertanyaan", "please kita sesama anak bangsa tidak saling menjelekkan". Pilihan diksi seperti ini memperlihatkan pendekatan persuasif yang hangat, bersifat populis, serta bertujuan membangun kedekatan emosional dengan publik. Gaya tutur Utut juga memperlihatkan keterampilan dalam menyederhanakan isu yang teknis menjadi diskusi yang mudah dipahami masyarakat, seperti ketika ia menjelaskan struktur pasal dan DIM atau pembagian fungsi TNI dan Polri.

Lebih lanjut, Utut menekankan bahwa perpanjangan usia pensiun prajurit dilakukan secara bertahap sebagai bentuk "keadilan" bagi golongan Tamtama dan Bintara. Framing ini penting karena menggeser isu usia pensiun dari narasi fiskal atau administratif ke dalam kerangka moral dan keadilan sosial. Dalam kaitannya dengan peran TNI di luar perang (OMSP), ia menyatakan bahwa mekanisme pelibatan TNI tidak akan tumpang tindih dengan Polri karena sudah ada peraturan negara yang mengaturnya. Di sini, ia menampilkan argumen koheren yang berpijak pada logika institusional: TNI untuk pertahanan, Polri untuk penegakan hukum. Argumen ini diperkuat dengan rujukan pada kebutuhan penguatan di daerah perbatasan, yang digunakan untuk menjustifikasi pelibatan TNI dalam OMSP, khususnya dalam isu narkoba dan penjagaan wilayah.

Dalam dimensi praktik diskursif, pernyataan Utut menunjukkan bahwa media digunakan sebagai ruang klarifikasi dan edukasi publik atas kekhawatiran terhadap muatan revisi UU TNI. Dengan menjelaskan tahapan pembahasan secara mendalam dari Panja, Raker, Timus, hingga Timsin Utut tidak hanya menunjukkan transparansi proses, tetapi juga memosisikan DPR sebagai institusi yang terbuka dan bertanggung jawab. Penyebutan empat kementerian yang dilibatkan dalam perundingan tingkat I (Kemhan, Kemenkumham, Kemenkeu, Setneg) juga menampilkan koordinasi lintas lembaga sebagai wujud keseriusan dan legitimasi teknokratik revisi UU ini. Utut juga menggunakan pendekatan informal dalam penutup pernyataannya, semisal “teman-teman janganlah khawatir berlebihan” dan “saya pasti niatannya baik,” yang memperlihatkan positioning dirinya sebagai politisi senior yang tidak konfrontatif namun menjaga kredibilitas. Adapun dalam dimensi praktik sosial, wacana Utut hadir sebagai respon atas tekanan publik dan kritik dari masyarakat sipil yang mencurigai bahwa revisi UU TNI berpotensi membuka ruang dominasi militer di ranah sipil. Dengan menekankan bahwa peran DPR adalah “konsultatif,” dan bahwa semua proses dilakukan secara bertahap dan terbuka, Utut ingin menunjukkan bahwa tidak ada dominasi sepihak dalam proses ini. Narasinya juga memperlihatkan bahwa ia ingin mempertahankan posisi netral tidak tunduk pada satu ideologi atau pihak tertentu, tetapi tetap menjaga harmoni sosial dan menghormati prinsip deliberatif dalam demokrasi.

Di sisi lain, penyebutan keterkaitan UU lama dengan Tap MPR dan UU 2004 menunjukkan bahwa revisi ini juga bertujuan memperkuat basis yuridis yang lebih mutakhir dan otonom dari pengaruh rezim masa lalu. Melalui analisis wacana kritis model Fairclough, dapat disimpulkan bahwa pernyataan Utut Adianto mengandung tiga narasi utama: edukasi publik tentang teknis legislasi, peneguhan profesionalisme institusi, dan penegasan komitmen moral terhadap keadilan dan nasionalisme. Ia memanfaatkan retorika naratif dan humor politis ringan untuk meredakan ketegangan publik, sekaligus memperkuat citra dirinya sebagai pemimpin legislatif yang bersahabat namun tetap menguasai substansi. Personal branding Utut dalam pernyataan ini dibingkai sebagai tokoh senior DPR yang moderat,

komunikatif, dan menjunjung prinsip democratic leadership, terutama dalam isu sensitif seperti militerisme dan reformasi kelembagaan pertahanan.



Gambar 6. Pengutipan Kembali Pernyataan Menteri PANRB, Abdullah Azwar Anas

Infografik yang dipublikasikan oleh Liputan6.com menyajikan headline besar berwarna jingga yang berbunyi: “Siap-Siap Personel TNI-Polri Bisa Isi Jabatan ASN.” Kalimat ini bersifat imperatif, informatif, dan sekaligus membangun sense of urgency. Pilihan kata “siap-siap” menunjukkan adanya transformasi kebijakan yang akan berdampak luas, sementara “bisa isi” mengindikasikan bahwa kebijakan ini menawarkan peluang baru yang lebih fleksibel, bukan paksaan. Diksi seperti “salah satu isi RPP,” “berbasis kebutuhan instansi,” serta kutipan dari Azwar Anas yang menyatakan “fleksibilitas berdasarkan kebutuhan riil” menegaskan bahwa kebijakan ini didasarkan pada rasionalitas administratif, bukan sekadar kepentingan politis. Hal ini semakin diperkuat dengan pernyataan “RPP ini harus bisa transformasi dan hematnya birokrasi ditingkatkan,” yang memperlihatkan intensi untuk meningkatkan efisiensi dan modernisasi tata kelola pemerintahan. Visualisasi dalam infografik yang menggambarkan barisan ASN berseragam PNS yang berdiri tegak, dan gaya komunikatif Azwar Anas yang menunjuk ke arah pembaca, memperkuat citra kontrol dan ketertiban, sekaligus menggambarkan kesiapan sistem untuk menerima perubahan struktural. Dari sisi praktik diskursif, infografik ini memanfaatkan media arus utama, Liputan6.com, untuk membingkai narasi sinergi sipil-militer dalam struktur birokrasi pemerintahan.

Dengan mengutip langsung Menteri PANRB dan menyertakan waktu yang jelas (12-3-2024), infografik ini mengisyaratkan bahwa kebijakan ini bukan hanya wacana, tetapi sudah memasuki tahap implementasi melalui RPP. Liputan6 menggunakan format visual khas media sosial yang singkat, padat, dan mudah dipahami untuk memastikan informasi kebijakan ini tersampaikan secara efektif ke publik, terutama kepada pengguna media digital. Praktik diskursif ini menunjukkan bagaimana media mengedepankan wacana birokrasi dan militerisme dengan gaya yang ramah dan edukatif. Penyebutan Presiden Jokowi dalam kutipan: “merupakan arahan langsung dari Bapak Presiden” memperkuat legitimasi kebijakan ini dari tingkat atas (*top-down authority*), serta memperhalus resistensi publik terhadap kebijakan tersebut melalui pendekatan simbolik terhadap sumber kekuasaan tertinggi. Dalam praktik sosial yang lebih luas, wacana ini hadir dalam transformasi ASN pasca-reformasi birokrasi dan percepatan digitalisasi layanan publik. Kebijakan membuka jabatan ASN untuk personel TNI/Polri dapat berpotensi mengaburkan batas antara ranah sipil dan militer yang selama ini dijaga setelah reformasi 1998. Namun, narasi dalam infografik ini menekankan bahwa kebijakan ini berbasis pada fleksibilitas dan kebutuhan, bukan untuk memperkenalkan dominasi militerisme.

Wacana ini menggambarkan transformasi peran TNI/Polri dalam struktur negara yang lebih administratif. Meski begitu, ada resistensi dari kalangan masyarakat sipil yang khawatir terhadap kembalinya dwifungsi ABRI dalam bentuk baru. Untuk itu, media berusaha menenangkan ketegangan dengan menggambarkan kebijakan ini sebagai bagian dari “modernisasi sistem” dan bukan militerisasi struktur sipil. Infografik ini membingkai wacana pengisian jabatan ASN oleh TNI/Polri secara positif, terstruktur, dan persuasif, dengan menekankan manfaat rasional, efisiensi birokrasi, serta menampilkan Azwar Anas sebagai figur teknokrat yang loyal terhadap kebijakan Presiden. Analisis ini menegaskan bahwa praktik bahasa, media, dan kuasa politik bersinergi untuk menciptakan citra positif atas kebijakan sensitif ini, di mana militer secara perlahan diberi ruang untuk masuk ke ranah sipil, namun dibalut dengan narasi profesionalisme dan fleksibilitas sistemik.

Pembahasan

Dalam analisis wacana kritis Norman Fairclough, pernyataan anggota DPR RI dalam sidang pengesahan UU TNI dapat dipahami melalui tiga dimensi utama: teks, praktik diskursif, dan praktik sosial. Setiap dimensi ini memberikan wawasan mengenai bagaimana anggota DPR membangun personal branding mereka dan mengelola komunikasi politik dengan publik. Pada dimensi praktik diskursif, pernyataan anggota DPR menunjukkan bagaimana mereka menggunakan pendekatan teknokratik dan informatif dalam mengkomunikasikan kebijakan. Sebagai contoh, Rizal, yang memiliki latar belakang militer, menekankan pentingnya supremasi sipil dan meritokrasi, berusaha menjaga keseimbangan antara kekuatan militer dan nilai-nilai sipil. Dalam hal ini, media memainkan peran sentral dalam mendistribusikan wacana ini ke publik. Media tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga berperan dalam membentuk narasi positif tentang para legislator sebagai individu yang memiliki pemahaman mendalam tentang legislasi dan sensitif terhadap kebutuhan masyarakat. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Adah & Murbantoro (2023), wacana semacam ini membangun citra politisi yang dapat dipercaya dan memiliki kapasitas teknokratik dalam menangani isu-isu strategis. Dalam praktik sosial, pernyataan anggota DPR mencerminkan respons terhadap kekhawatiran masyarakat terkait dominasi militer dalam ranah sipil.

Sebagai contoh, Gavriel Novanto menegaskan bahwa peran militer dalam kehidupan sipil harus dibatasi, menggunakan diksi yang menenangkan untuk meredakan ketegangan yang ada. Hal ini mencerminkan strategi komunikasi yang disesuaikan dengan kebutuhan sosial untuk menjaga harmoni antara kekuatan militer dan nilai-nilai sipil. Seperti yang dijelaskan oleh Andriana *et al.* (2022), politisi sering kali perlu membangun citra yang menunjukkan kedekatan dengan rakyat dan menjawab kecemasan publik, yang dapat meningkatkan kredibilitas mereka di mata konstituen. Anggota DPR lainnya, seperti Nurul Arifin dan Farah Puteri Nahlia, juga menampilkan komunikasi yang cermat dan adaptif terhadap isu-isu kontemporer. Nurul menekankan relevansi revisi UU TNI dengan perkembangan zaman, dan Farah lebih fokus pada tantangan terkait perpanjangan usia pensiun prajurit. Keduanya memperlihatkan citra sebagai legislator yang kritis dan

progresif, dengan menekankan pentingnya efisiensi fiskal dalam belanja pertahanan dan kualitas dalam promosi jabatan. Ini sejalan dengan temuan dalam penelitian Azka & Syahputra (2023), yang menunjukkan bahwa komunikasi politik yang efektif menggabungkan kemampuan untuk memahami isu-isu teknis dengan sensitivitas terhadap kebutuhan publik. Melalui pendekatan analisis wacana kritis Fairclough, dapat disimpulkan bahwa pernyataan anggota DPR dalam sidang pengesahan UU TNI berfungsi lebih dari sekadar respon terhadap isu legislasi. Pernyataan tersebut juga menjadi alat untuk membangun personal branding yang kuat di mata publik. Anggota DPR menggunakan strategi komunikasi politik yang efektif untuk memperkuat identitas mereka sebagai politisi profesional, responsif, dan berkomitmen pada nilai-nilai demokrasi. Dalam hal ini, media berperan penting dalam memperkuat citra tersebut, sebagaimana dibahas oleh Boestam *et al.* (2023), yang menggarisbawahi pentingnya media dalam membingkai narasi politik dan membentuk opini publik. Analisis ini menunjukkan bahwa pernyataan anggota DPR dalam proses legislasi, khususnya pengesahan UU TNI, mencerminkan bagaimana mereka membangun identitas politik mereka dan mengelola komunikasi politik dalam menghadapi dinamika sosial yang kompleks. Wacana yang dibangun tidak hanya menjawab kebutuhan reformasi militer, tetapi juga berusaha menjawab kekhawatiran publik mengenai supremasi sipil dan demokrasi.

4. Kesimpulan dan Saran

Penelitian ini menunjukkan bahwa anggota DPR RI, dalam sidang pengesahan UU TNI, menggunakan strategi komunikasi politik yang efektif untuk membangun personal branding mereka. Melalui analisis wacana kritis Norman Fairclough, terlihat bahwa pernyataan para anggota mencerminkan tiga dimensi utama: analisis teks, praktik diskursif, dan praktik sosial. Anggota DPR berhasil membangun citra sebagai legislator yang profesional, responsif, dan berkomitmen pada nilai-nilai demokrasi. Mereka memanfaatkan gaya bahasa yang jelas dan repetitif untuk mengedukasi publik serta menegaskan posisi moderat dalam menghadapi kekhawatiran mengenai

dominasi militer. Wacana yang dibangun tidak hanya berfungsi untuk merespon isu legislasi, tetapi juga untuk memperkuat identitas politik mereka di ruang publik, yang sangat penting dalam menciptakan persepsi positif di mata masyarakat. Sebagai saran, pertama, anggota DPR sebaiknya meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam proses legislasi, terutama untuk isu-isu sensitif seperti revisi UU TNI. Pendekatan partisipatif dapat memperkuat kepercayaan publik dan mengurangi ketegangan antara militer dan sipil. Kedua, anggota DPR perlu mendapatkan pelatihan dalam komunikasi publik dan manajemen krisis untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam menghadapi kritik dan menyampaikan pesan dengan lebih efektif. Terakhir, penting untuk melakukan monitoring dan evaluasi terhadap bagaimana wacana yang dibangun oleh anggota DPR diterima oleh publik. Umpan balik dari masyarakat dapat menjadi dasar untuk perbaikan strategi komunikasi di masa mendatang, guna menjaga keterbukaan dan transparansi dalam proses legislatif.

5. Daftar Pustaka

- Adah, E., & Murbantoro, M. (2023). Personal Branding Ganjar Pranowo Dalam Membangun Komunikasi Politik Di Media Sosial. *Sintesa*, 2(01), 123-138.
- Andriana, N. (2022). Pandangan partai politik terhadap media sosial sebagai salah satu alat komunikasi politik untuk mendekati pemilih muda (Gen Y dan Z): Studi kasus PDI-P dan PSI. *Journal of Political Research*, 19(1), 51-65.
- Anjayani, D., & Hudiyono, Y. (2023). Analisis wacana kritis model Norman Fairclough “Kuda-kuda Prabowo hadapi Anies di Pilpres 2024.” dalam rubrik politik Koran Kaltim edisi Kamis, 09 Maret 2023. *Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora*, 2(8), 1069-1078. <https://doi.org/10.53625/jpdsh.v2i8.5937>.
- Azka, I., & Syahputra, I. (2023). Komunikasi Politik Capres Anies Baswedan Menuju Pemilu 2024 Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi (J-IKA)*, 10(1), 37-45.

- Boestam, A. B., Prakosa, A., & Avianto, B. N. (2023). Upaya partai politik dalam memanfaatkan demokrasi virtual di era digital. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 6(1), 1-17. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v6i1.2281>.
- Caisaria, R., Sari, Y., & Handayani, M. (2023). Analisis Pembentukan Personal Branding Anwar Hafid Melalui Facebook Menghadapi Pilgub Sulawesi Tengah 2024. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 6(2), 446-457.
- Fitri, A. N. (2020). Jokowi dan Kekuatan Pencitraan Diri Serta Relasinya Dengan Umat Islam. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 19(2), 1-17. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v19i2.3503>.
- Fitriana, A. P., Ema, E., & Lubis, F. O. (2020). Perang Tagar Di Ruang Virtual Diskursus Politik Capres Pasca Debat Putaran Kedua. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 30-52.
- Helmon, F., Rizal, S., & Djalil, N. A. (2024). Personal Branding Mario David Melalui Media Sosial (Studi Kasus Anggota DPRD Kota Makassar). *Journals of Social, Science, and Engineering*, 3(1), 159-168.
- Hidayati, F. R. (2021). Komunikasi Politik dan Branding Pemimpin Politik Melalui Media Sosial: A Conceptual Paper. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(2), 145-161. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i2.2385>.
- Irawatiningrum, S. (2020). Personal Branding Caleg Melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Liski (Lingkar Studi Komunikasi)*, 6(2), 107-115.
- Jamil, H., Hamad, I., & Sari, Y. (2023). Personal branding Puan Maharani pada akun Instagram @Puanmaharaniri menuju Pemilihan Presiden 2024. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 6(2), 205-217. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v6i2.2631>.
- Kodoati, M. C., & Maida, S. T. (2023). Defisit kritis media massa: Menimbang kebutuhan akan regulasi diri media massa berdasarkan pemikiran Jürgen Habermas. *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah*, 11(1), 26-41. <https://doi.org/10.33592/dk.v11i1.3534>.
- Kusuma, E., Barus, I., & Pranawukir, I. (2024). The strategy of Unilever's Corporate Social Responsibility 6.0 in building corporate personal branding. *Moestopo International Review on Social, Humanities, and Sciences*, 4(1), 55-66. <https://doi.org/10.32509/mirshus.v4i1.68>.
- Royani, S. F., & Rusdiana, J. (2023). Personal branding calon legislatif generasi Z melalui Instagram: Studi deskriptif kualitatif pada akun @muhammadshoma. *Avant Garde*, 11(2), 241. <https://doi.org/10.36080/ag.v11i2.2601>.
- Sarasati, A., Dida, S., & Nugraha, A. R. (2023). Personal branding KPH Purbodiningrat sebagai anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Istimewa Yogyakarta. *Sadharananikarana: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu*, 5(1), 783-807. <https://doi.org/10.53977/sadharananikarana.v5i1.901>.
- Shabiriani, U. N. (2021). Dramaturgi dalam identitas dan citra influencer Kadeer Bachdim pada akun Instagram d_kadoor. *Jurnal Nawala Visual*, 3(2). <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v3i2.236>.
- Sitompul, R. G., Putri, C. E., Bachtiar, A., & Hamzah, R. E. (2021). Perubahan logo TVRI dalam membentuk new image corporate. *Jurnal Cyber PR*, 1(1), 45-56. <https://doi.org/10.32509/cyberpr.v1i1.1490>.
- Solihin, O., & Janah, A. (2021). Wacana Kapitalisme Omnibus Law Cipta Kerja. *Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(01), 61-68.
- Sunarwan, W., & Surlia, S. P. (2021). Strategi Pencitraan Politik Capres Jokowi Melalui Instagram: Sebuah Analisis Konten Kualitatif. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 3(01), 18-33.