COMMTEMPORER: Jurnal Komunikasi Kontemporer
Volume 2, Nomor 01, Juni 2025
DOI: https://doi.org/10.36782/cjik.v2i01

Dinamika *Labeling* "Anak Abah" Sebagai Kritik Pemerintah Di Era Media Sosial

Ruth Putryani Saragih[1*], Wiriansja Ramadhan[2]
[1,2]Universitas Bakrie

Corresponding email: ruth.saragih@bakrie.ac.id*

Abstrak

Fenomena pelabelan "Anak Abah" menjadi sorotan dalam dinamika komunikasi politik saat Pemilu Presiden Indonesia 2024. Label ini awalnya digunakan oleh pendukung Anies Baswedan sebagai simbol identitias kolektif yang positif, namun dalam perkembangannya, terutama di media sosial TikTok, label ini mengalami pergeseran makna menjadi bentuk stigmatisasi terhadap individu yang menyuarakan kritik terhadap pemerintah, terlepas dari afiliasi politiknya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana media sosial membentuk, menyebarkan, dan memaknai ulang simbol politik melalui interaksi simbolik. Dengan pendekatan kualitatif dan teknik observasi konten di TikTok, studi ini menemukan bahwa label "Anak Abah" telah berkembang menjadi simbol yang ambivalen, mewakili loyalitas sekaligus digunakan sebagai alat delegitimasi. Interaksi pengguna media sosial, baik dalam bentuk komentar, konten video, maupun simbol nonverbal, menjadi arena utama terbentuknya makna kolektif tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi ruang penyebaran informasi, tetapi juga arena negosiasi makna dan pembentukan identitas politik. Label seperti "Anak Abah" mencerminkan kekuatan simbol dalam opini publik dan memperkuat polarisasi sosial. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk meningkatkan literasi media guna menghadapi *labeling* politik yang berlebihan di era digital.

Kata Kunci: *Anak Abah, Interaksi Simbolik, Labeling*

PENDAHULUAN

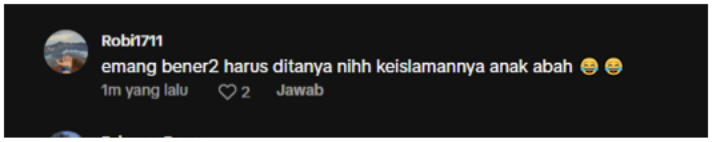
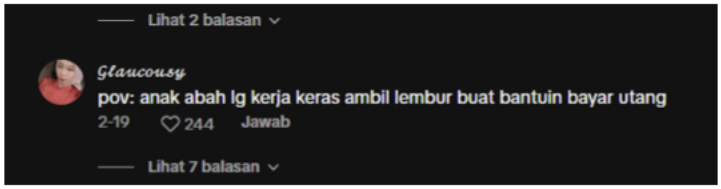
Fenomena sosial-politik yang berkembang sejak Pemilu 2024 hingga saat ini tidak luput dari berkembangnya simbol-simbol identitas politik di media sosial. Salah satu yang menonjol adalah istilah "Anak Abah". Menurut laporan dari Tempo (Jasmine, 2024), istilah "Anak Abah" pertama kali dikenal publik melalui episode Podcast Merry Riana yang menghadirkan Fery Farhati, istri Anies Baswedan, serta putri mereka, Mutiara Annisa. Dalam perbincangan tersebut, istilah tersebut digunakan sebagai bentuk dukungan kepada Anies. Sejak saat itu, sebutan "Anak Abah" semakin luas dan menjadi identitas yang diadopsi oleh para simpatisan Anies selama masa kampanye Pilpres 2024. Para pendukung yang menyebut diri mereka "Anak Abah" menunjukkan dukungannya terhadap pasangan calon Anies-Muhamimin (AMIN) dengan menginiasai laman www.haveaniesday.com, dan aktif menyuarakan kampanye melalui berbagai wadah media sosial seperti Instagram, Youtube, X (sebelumnya Twitter), hingga TikTok.

Istilah "Abah" dalam budaya Sunda menyimbolkan figur ayah yang dihormati dan dianggap bijaksana. Sebutan ini melekat kuat ketika Anies melakukan kampanye politik di Jawa Barat. Dikutip dari (Kompas.com, 2024), panggilan tersebut semakin melekat di diri Anies sejak ia bersafari politik di Kota Bandung, Jawa Barat. Juru bicara nasional Paslon AMIN (Anies-Muhaimin) menambahkan, sebutan "Abah" adalah sebagai sosok yang bijak, mengayomi anak-anaknya, dan mampu menjaga etika serta religius. Namun, dukungan yang intens di media sosial tidak jarang

memicu reaksi negatif. Kelompok yang berseberangan secara politik menilai "Anak Abah" sebagai simbol fanatisme dan menyematkannya kepada siapa saja yang mengkritik pemerintah, tanpa melihat afiliasi politik sebenarnya.

Label ini lalu mengalami pergeseran makna. Label "Anak Abah" tidak hanya untuk menyatakan dukungan, tetapi juga sebagai alat untuk meremehkan pendapat yang tidak sejalan dengan pemerintahan yang berkuasa. Dengan kata lain, label tersebut berkembang menjadi perangkat stigmatisasi. Pandangan negatif ini berdampak pada setiap pernyataan yang dibuat oleh Anak Abah dan cenderung diremehkan. Hal ini membuat setiap orang yang berkomentar dan berlawanan dengan pilihan politiknya, maka akan dicap sebagai "Anak Abah". Beberapa contoh komentar negatif yang diberikan oleh lawan politik yang berseberangan dengan pendukung paslon AMIN dapat dilihat pada tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Komentar Negatif yang Ditujukan kepada Para Pendukung "Anak Abah"

Nama Akun TikTok	Komentar	Bukti Foto
@Robi1711	emang bener2 harus ditanya nih keislamannya anak abah	
@Glacousy	Pov: anak abah lg kerja keras ambil lembur buat bantuin bayar utang	

Sumber: Hasil Observasi Peneliti (2025)

Media sosial telah menjadi salah satu sarana utama bagi para aktor politik untuk membangun kepercayaan publik. Melalui strategi *branding,* para politikus berusaha membentuk citra diri serta menunjukkan kinerja mereka secara lebih luas kepada masyarakat. *Platform* seperti TikTok, Instagram, dan Twitter memungkinkan mereka menjangkau khalayak denganc epat dan efektif sekaligus memperkuat komunikasi politik secara langsung (Bagaskara & Suratnoaji, 2024).

Namun, alih-alih selalu membangun reputasi positif, media sosial juga kerap menjadi ruang terbuka bagi kritik terhadap mereka yang dianggap tidak sejalan dengan arah pemerintahan, termasuk terhadap kelompok yang diasosiasikan dengan label "Anak Abah", Bahkan, setelah pemilihan umum selesai dan presiden terpilih resmi menjabat, masih banyak pengguna media sosial yang menggunakan label tersebut untuk menandai pihak-pihak yang bersikap kritis terhadap pemerintah.

Dalam konteks komunikasi politik, media sosial memegang peranan penting dalam menentukan pilihan politik masyarakat, sebagaimana yang terlihat pada Pemilu tahun 2024 (Faoziah & Kencono, 2024). Meskipun *platform* ini menyediakan berbagai manfaat seperti akses informasi yang luas dan partisipasi publik yang tinggi, tidak dapat dipungkiri bahwa sisi negatifnya pun turut muncul. Kemudahan dalam menyebarkan opini dan informasi sering kali digunakan

untuk menyerang atau menjatuhkan lawan politik secara personal. Akibatnya, muncul konten dan komentar yang kurang bertanggung jawab dan memicu ketegangan, termasuk pelabelan semena-mena terhadap individu yang tidak mendukung kebijakan pemerintah dengan sebutan "Anak Abah".

Dalam konteks inilah penting untuk menelaah bagaimana media sosial berperan dalam pembentukan simbol politik dan dampaknya terhadap ruang public. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana TikTok sebagai *platform* media sosial visual membentuk dan menyebarkan label politik "Anak Abah" dalam lanskap digital Indonesia. Fokus utama adalah pada cara interaksi simbolik membentuk persepsi public dan menciptakan polarisasi sosial-politik.

Berbeda dari studi-studi sebelumnya yang membahas Pemilu dan komunikasi politik secara umum, penelitian ini menawarkan kebaruan melalui penekanan pada fenomena pelabelan di media sosial. Fokus utama diarahkan pada kasus pelabelan "Anak Abah" yang berkembang di platform TikTok. Dengan memilih TikTok sebagai objek kajian, penelitian ini menyuguhkan perspektif baru mengenai pola komunikasi politik yang berlangsung di media sosial berbasis visual dan bersifat interaktif secara dinamis.Selain itu, penelitian ini juga mengkaji bagaimana label "Anak Abah" berkontribusi terhadap terjadinya polarisasi dalam lanskap politik nasional. Dukungan terhadap satu kandidat presiden ternyata dapat mendorong terbentuknya stereotip negatif terhadap pihak-pihak yang menyuarakan kritik, meskipun tidak memiliki afiliasi langsung dengan lawan politik. Temuan ini memberikan sudut pandang baru mengenai cara identitas politik terbentuk dan dipersepsikan dalam iklim politik yang sarat persaingan. Kebaharuan penelitian ini juga menekankan pentingnya literasi digital masyarakat dalam menggunakan media sosial secara bertanggung jawab, serta bagaimana tindakan para pengguna di media daring dapat memberikan dampak signifikan terhadap opini dan perilaku politik. Dengan demikian, hasil penelitian ini turut memberikan kontribusi praktis dalam memahami konsekuensi komunikasi digital di ruang publik.

TINJAUAN PUSTAKA

Label "Anak Abah"

Labeling dalam konteks sosiologi dan komunikasi mengacu pada proses sosial di mana individu atau kelompok diberikan julukan atau identitas tertentu yang kemudian memberikan penilaian terhadap cara masyarakat mempersepsikan dan memperlakukan individu atau kelompok tersebut. Pemberian label ini kerap berasal dari penilaian subjektif yang dibuat oleh lingkungan sosial terhadap perilaku, pandangan, atau afiliasi seseorang. Menurut Jon Gunnar, teori *labeling* membahas bagaimana sebuah individu ditandai sebagai penyimpang setelah lingkungan sosial mendefinisikannya demikian. Menurut Jon Gunnar ((Nugrahaeni, Permana, & al, 2019), *labelling theory is concerned with problems that emerge after the social environmeny has defined or typified the individual as a deviant, raising the question of how deviant labelling is imposed on individual.* Pertanyaan utama yang diangkat adalah bagaimana pelabelan sebagai devian diberlakukan dan bagaimana konsekuensi sosial dari pelabelan tersebut memengaruhi perilaku individu tersebut ke depan.

Menurut Lemert ((Erianjoni, 2015), mengembangkan gagasan bahwa pelabelan dapat menjadi penyebab lanjutan dari penyimpangan itu sendiri. Ketika seseorang diberi cap negative oleh masyarakat, ia mungkin akan terdorong untuk bertindak sesuai dengan label tersebut, baik

karena tekanan soial maupun pengecualian yang dialaminya. Teori ini berakar pada perspektif interaksionisme simbolik yang menyoroti bahwa makna sosial terbentuk dan dinegosiasikan melalui interaksi antarindividu. Dalam konteks ini, pemberian label bukanlah tindakan pasif, melainkan proses aktif yang membentuk identitas sosial dan peran seseorang di masyarakat. Label juga seringkali dilekatkan kepada individu atau kelompok berdasarkan atribut tertentu yang dianggap merepresentasikan kelompok tersebut, meskipun belum tentu mencerminkan realita secara utuh. Proses ini bisa menciptakan efek stigmatisasi yang mendalam dan berkelanjutan.

Dalam lanskap politik kontemporer Indonesia, salah satu bentuk *labeling* yang menonjol adalah istilah "Anak Abah". Istilah ini mulai muncul secara masif pasca-Pemilu 2024 dan ditujukan kepada individu atau kelompok yang memberikan dukungan kepada Anies Baswedan, baik secara langsung terhadap pribadinya maupun pasangan calon presiden dan wakil presiden nomor urut 01, AMIN. Sebutan ini awalnya digunakan oleh para loyalis sebagai bentuk identitas kolektif yang positif, namun seiring waktu, berkembang menjadi label yang kerap disematkan kepada mereka yang menunjukkan kritik terhadap kebijakan pemerintah.

Uniknya, penggunaan label "Anak Abah" tidak lagi terbatas pada konteks dukungan politik. Dalam banyak diskusi yang dilakukan secara daring, khususnya di media sosial seperti TikTok dan Twitter, siapapun yang menyarakan kritik atas kebijakan pemerintah tertentu kerap dilabeli sebagai "Anak Abah", meskipun tidak memiliki keterkaitan langsung dengan Anies Baswedan atau koalisinya. Hal ini menunjukkan bahwa label tersebut telah mengalami pergeseran makna dan dipakai secara luas sebagai simbol oposisi, baik yang nyata maupun yang diasumsikan. Label ini menjadi pembatas ruang kritik dan memperkuat batas simbolik antara pendukung dan penentang pemerintah.

Fenomena ini selaras dengan konsep *labeling* sebagai tindakan simbolik yang dapat membentuk perilaku, mengarahkan identitas, serta menciptakan batas-batas sosial baru dalam masyarakat. Penggunaan istilah "Anak Abah" memperlihatkan bagaimana pelabelan dapat menjadi bagian dari mekanisme kontrol sosial dalam ranah digital, di mana opini berbeda tidak lagi disikapi dengan dialog, tetapi dengan stigma. Oleh karena itu, penting untuk terus mengkaji dan mengevaluasi dinamika pelabelan politik ini agar tidak menghambat kebebasan berekspresi dan demokrasi yang sehat di ruang publik digital.

Tipe Pengguna Media Sosial

Dalam menjelaskan peran pengguna media sosial dalam menyebarluaskan label politik seperti "Anak Abah", klasifikasi pengguna media sosial menjadi penting. Menurut Kevin Popofic, media sosial dapat digolongkan menjadi beberapa tipe berdasarkan jenis penggunaannya (Tranggono, Dhuhri, & al, 2023). Terdapat tujuh kategori pengguna media sosial, yaitu: *creator, conversationalist, critic, collector, joiner, spectator,* dan *inactive*. Pengguna tipe *creator* adalah mereka yang secara aktif memproduksi dan membagikan konten seperti artikel, blog pribadi, foto, atau video ke platform digital, umumnya dengan tujuan membangun citra diri atau *personal branding*. Sementara itu, *conversationalist* merupakan pengguna yang gemar bertukar pikiran dan secara rutin terlibat dalam percakapan atau diskusi di berbagai forum media sosial.

Kelompok ketiga disebut *critic*, yaitu pengguna yang aktif memberikan reaksi di media sosial dengan cara menyukai konten, menuliskan komentar, menyampaikan opini, hingga membangun argumen berdasarkan informasi yang mereka konsumsi secara pribadi. Pengguna jenis ini

umumnya lebih aktif di platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Selanjutnya, ada tipe *collector*, yaitu individu yang secara khusus mengumpulkan informasi dengan memanfaatkan fitur seperti RSS (*Rich Site Summary*) atau sistem notifikasi, yang membantu mereka menyimpan dan mengakses berbagai sumber informasi secara terorganisir. Tipe *collector* merujuk pada pengguna media sosial yang aktif dalam mencari dan mengorganisasi informasi dari berbagai sumber, termasuk melalui layanan seperti RSS (*Rich Site Summary)* atau sistem notifikasi aplikasi. Mereka tidak selalu menciptakan atau membagikan konten, tetapi memainkan peran penting dalam mengarsipkan dan menyebarkan kembali informasi yang mereka anggap relevan. Dalam konteks label "Anak Abah", pengguna tipe ini sering kali menjadi penghubung informasi antara sumber utama dan kelompok yang lebih luas.

Sementara itu, tipe *joiner* merupakan individu yang secara aktif bergabung dan berinteraksi dalam berbagai *platform* media sosial. Mereka memanfaatkan lebih dari satu kanal, seperti TikTok, Instagram, X, dan Youtube untuk mendapatkan informasi dan membangun jejaring sosial. Tipe *joiner* memiliki kapasitas untuk menyebarkan simbol politik lebih cepat karena jangkauan dan keterlibatan mereka yang tinggi dalam aktivitas daring. Tipe ini juga sering menjadi agen penyebaran narasi politik dan kampanye digital.

Berikutnya adalah tipe *spectator* yakni pengguna media sosial yang cenderung hanya mengamati aktivitas di dunia maya tanpa memberikan kontribusi aktif seperti mengomentari, menyukai, atau membagikan konten. Meskipun pasif secara interaktif, kelompok ini tetap memiliki peran strategis karena mereka merupakan konsumen utama dari arus informasi dan opini politik yang berkembang. Pandangan mereka bisa terbentuk dari narasi dominan yang mereka konsumsi secara terus menerus, termasuk pelabelan seperti "Anak Abah".

Terakhir adalah tipe *inactive,* yaitu pengguna yang memiliki akun media sosial tetapi sangat jarang atau bahkan tidak pernah berinteraksi atau mengakses informasi di dalamnya. Mereka cenderung menjadi bagian dari statistik pengguna tanpa memiliki kontribusi nyata terhadap dinamika diskursus politik. Namun demikian, dalam situasi tertentu, pengguna tipe ini dapat teraktivasi oleh isu-isu besar yang viral dan akhirnya turut memberikan respon, meskipun hanya sesaat.

Keempat tipe pengguna ini berkontribusi pada bagaimana makna sosial dan simbolik dari label seperti "Anak Abah" tersebar dan dikuatkan di ruang digital. Dinamika partisipasi mereka mencerminkan kompleksitas struktur komunikasi politik di era media sosial, di mana keterlibatan tidak selalu terlihat secara eksplisit namun tetap memengaruhi persepsi publik secara luas. Oleh karena itu, pemahaman terhadap tipe pengguna media sosial menjadi penting dalam mengkaji pola penyebaran simbol-simbol politik serta efek psikososial yang menyertainya.

Teori Interaksionisme Simbolik

Teori interaksi simbolik merupakan teori dalam kajian komunikasi dan sosiologi yang menjelaskan bagaimana manusia membentuk persepsi terhadap dunia, orang lain, dan dirinya sendiri berdasarkan interaksi sosial yang mereka alami. Setiap individu memiliki pandangan yang unik terhadap realitas sosial, dan pandangan ini dipengaruhi oleh pengalaman serta interaksi sebelumnya (Morrisan, dalam (Hardianto, 2024). Morissan juga menyatakan bahwa setiap manusia memiliki cara pandang terhadap perilaku orang lain yang dipengaruhi oleh interprestasi personal atas simbol-simbol sosial yang mereka tangkap. Oleh karena itu, interaksi sosial bukan hanya

sekedar pertukaran pesan, tetapi juga pertukaran makna yang membentuk konstruksi sosial tertentu.

Interaksionisme simbolik menekankan pentingnya makna dalam proses komunikasi. Makna tidak bersifat mutlak, melainkan dibentuk melalui interaksi yang terjadi secara berkelanjutan. Salah satu karakter utama dari teori ini adalah bahwa interaksi antara manusia dan masyarakat bersifat timbal balik, artinya masyarakat membentuk individu dan individu juga membentuk masyarakat. Dalam proses tersebut, simbolik memiliki peran sentral sebagai media pembawa makna. Simbol yang dimaksud tidak terbatas pada bahasa lisan, tetapi juga meliputi gerak tubuh, ekspresi wajah, intonasi suara, serta berbagai isyarat nonverbal lainnya yang dilakukan secara sadar.

Blummer ((Susetyawidianta & Geraldy, 2024) memperluas teori ini dalam konteks media sosial dengan menjelaskan bahwa simbol-simbol seperti *hashtag,* emoji, dan *meme* memainkan peranan penting dalam mengartikulasikan ekspresi politik dan membentuk identitas kolektif di ruang digital. Dalam dunia maya, pengguna media sosial secara aktif membentuk dan menyebarkan makna politik melalui interaksi yang terjadi di dalam komunitas daring. Interaksi ini tidak hanya berlangsung antara individu dan simbol, tetapi juga dipengaruhi oleh afiliasi kelompok yang memiliki kesamaan pandangan politik. Dalam komunitas yang memiliki ideologi serupa, simbol-simbol tersebut mengalami penguatan makna dan digunakan secara berulang sebagai bentuk solidaritas dan konfirmasi sosial.

Simbol-simbol yang digunakan dalam media sosial dapat dikategorikan menjadi dua yakni simbol verbal dan nonverbal (Wibowo, 2018). Simbol verbal mencakup kata-kata, frasa, dan kalimat yang dituliskan oleh pengguna media sosial sebagai bentuk ekspresi atau pernyataan opini. Sementara itu, simbol nonverbal meliputi berbagai bentuk visual seperti gambar, *meme*, ekspresi wajah dalam video, gestur tubuh, hingga emoji yang merepresentasikan emosi atau pandangan tertentu. Kedua bentuk simbol ini bekerja sama dalam menciptakan makna yang dapat ditangkap dan ditafsirkan oleh audiens.

Di era digital saat ini, media sosial menjadi arena utama terjadinya interaksi simbolik. Platform seperti TikTok, Instagram, dan Twitter memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah secara cepat, luas, dan sangat dinamis. Media ini berfungsi sebagai ruang sosial tempat individu dan kelompok bernegosiasi dan mendistribusikan makna politik, termasuk label-label tertentu seperti "Anak Abah". Dalam komunikasi politik, label semacam ini berperan sebagai simbol identitas yang dapat memperkuat kohesi kelompok atau justru menjadi alat stigmatisasi terhadap kelompok lain.

Salah satu implikasi penting dari teori interaksionisme simbolik dalam konteks media sosial adalah bagaimana persepsi terhadap individu dapat terbentuk hanya dari satu simbol tertentu. Misalnya, seseorang yang menggunakan *hashtag* tertentu atau memberikan komentar yang bersifat kritis terhadap kebijakan negara dapat langsung diasosiasikan dengan kelompok politik tertentu, meskipun tidak ada pernyataan eksplisit tentang afiliasinya. Dalam situasi seperti ini, simbol berfungsi sebagai penanda identitas yang dimaknai secara kolektif, bukan berdasarkan intensi personal.

Dalam komunikasi massa, media juga turut membentuk wacana dominan yang menentukan bagaimana suatu simbol dipahami. Melalui penyebaran konten viral, media sosial dapat memperkuat makna simbol tertentu secara masif dan cepat. Sebagai contoh, penggunaan istilah "Anak Abah" yang awalnya digunakan secara positif kemudian mengalami pergeseran makna menjadi alat sindiran atau cap bagi pihak yang mengkritisi pemerintah. Proses perubahan makna ini menunjukkan bahwa simbol bersifat dinamis dan sangat dipengaruhi oleh konteks sosial dan politik yang melatarbelakanginya.

Label yang muncul di media sosial, seperti "Anak Abah", dapat dilihat sebagai hasil dari konstruksi sosial yang terjadi dalam ruang interaksi simbolik. Di sinilah teori interaksionisme simbolik memainkan peran penting dalam menjelaskan bagaimana makna sosial terbentuk, dinegosiasikan, dan disebarkan. Simbol bukan sekadar alat komunikasi, tetapi juga instrumen

kekuasaan yang bisa digunakan untuk mendefinisikan identitas, menentukan batas antara kelompok "kami" dan "mereka", serta mengarahkan opini publik.

Pemahaman terhadap teori ini memberikan kontribusi penting dalam mengkaji dinamika komunikasi politik di era digital. Dengan menyadari bahwa simbol dan makna terbentuk melalui proses sosial yang kompleks, kita dapat lebih kritis dalam menanggapi pesan-pesan politik yang tersebar luas di media sosial. Hal ini juga menuntut kesadaran etis dalam penggunaan simbol di ruang publik agar tidak menimbulkan disinformasi, polarisasi, atau marginalisasi terhadap kelompok tertentu.

METODOLOGI

Dalam metode penelitian, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan teknik analisa konten pada media sosial untuk menyelidiki secara deksriptif terkait *labelling* Anak Abah pada media sosial TikTok. Pendekatan kualitatif pada penelitian ini digunakan untuk mendapatkan data secara mendalam, di mana peneliti menganalisis dan mengumpulkan data yang telah didapat. Sementara itu, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi terhadap akun-akun media sosial di TikTok dan juga komentar-komentar yang ada di media sosial TikTok terkait kebijakan pemerintah Indonesia saat ini dan juga konstalasi politik tanah air.

Menurut Gorman dan Clayton, studio observasi dilakukan dengan melibatkan rekaman yang dibuat secara sistematis dari suatu fenomena atau perilaku dan dapat diamati dalam suatu lingkungan (Baker, 2006 di dalam (Susetyawidianta & Geraldy, 2024). Dalam praktiknya, observasi dapat dilakukan secara terbuka maupun terselubung, tergantung pada tujuan dan konteks penelitian. Seorang pengamat dapat hanya mencatat peristiwa yang terjadi, mendengarkan pembicaraan, atau bahkan mengajukan pertanyaan langsung kepada individu yang terlibat dalam fenomena yang sedang diteliti.

Baker menambahkan bahwa kehadiran fisik pengamat tidak selalu menjadi syarat utama dalam pelaksanaan observasi. Dalam beberapa kasus, observasi tidak langsung atau pemantauan melalui media digital juga dapat dilakukan secara efektif. Esensi dari metode ini terletak pada kemampuan peneliti dalam memahami konteks dan menyusun strategi pencatatan informasi yang relevan. Dalam hal ini, observasi tidak sekadar menjadi aktivitas pasif, melainkan menuntut kemampuan analisis dan ketelitian tinggi untuk mengidentifikasi pola perilaku, hubungan simbolik, dan dinamika interaksi sosial.

Dalam menciptakan observasi yang efektif sangat bergantung pada apa yang menjadi pemahaman yang mendasari untuk melakukan observasi, mengidentifikasi pertanyaan dengan jelas, bagaimana menentukan tipe observasi yang sesuai, serta menentukan waktu yang tepat untuk melakukan observasi (Slack & Rowley, 2001). Peneliti juga harus mempertimbangkan kepekaan etis dalam melakukan observasi, terutama dalam ruang digital yang mengaburkan batas antara ruang publik dan privat.

Dalam konteks penelitian ini, observasi dilakukan secara daring terhadap interaksi yang terjadi di platform TikTok, khususnya pada konten dan komentar yang berkaitan dengan label "Anak Abah". Observasi digital memungkinkan peneliti untuk melihat bagaimana simbol politik digunakan, bagaimana pengguna lain meresponsnya, dan bagaimana makna sosial terbentuk dari dinamika komunikasi tersebut. Proses ini juga membuka ruang untuk memahami bagaimana pengguna media sosial membentuk identitas politik mereka melalui tindakan digital seperti memberikan komentar, menyukai konten, atau membagikannya kepada jejaring mereka.

Keunggulan dari metode observasi dalam konteks digital adalah kemampuannya untuk merekam interaksi secara *real-time* tanpa harus mengganggu alur alami komunikasi pengguna. Peneliti dapat melihat bagaimana perdebatan terjadi, bagaimana argumen dikonstruksi, serta bagaimana simbol seperti hashtag atau istilah tertentu seperti "Anak Abah" digunakan dalam percakapan daring. Hal ini memungkinkan pemetaan wacana dan representasi politik secara lebih akurat.

Dengan demikian, observasi digital bukan hanya menjadi alat bantu dalam pengumpulan data, tetapi juga strategi penting dalam memahami proses pembentukan makna sosial di era digital. Kombinasi antara pendekatan kualitatif yang mendalam dan teknik observasi yang fleksibel memberikan gambaran yang komprehensif mengenai dinamika komunikasi politik dalam ruang media sosial.

TEMUAN DAN DISKUSI

Interaksi simbolik menunjukkan bagaimana label dapat memberikan dampak dan makna pada identitas orang yang diberikan label. Simbol juga memiliki kekuatan besar dalam membentuk realitas sosial dan identitas individu. Dalam konteks media sosial, label "Anak Abah" yang awalnya muncul sebagai bentuk dukungan terhadap calon presiden Anies Baswedan, berubah menjadi simbol ambivalen, yang bisa dimaknai sebagai identitas loyalis, namun juga sebagai cap peyoratif yang digunakan untuk menstigmatisasi kritik terhadap pemerintah. Hal ini mencerminkan bagaimana simbol politik bersifat cair dan maknanya dapat berubah seiring konteks dan interaksi sosial yang terjadi.

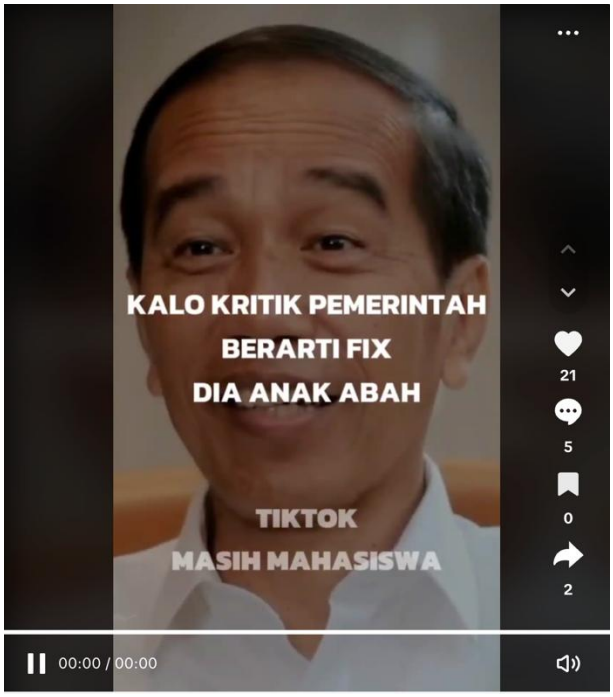
Awalnya, label "Anak Abah" dimunculkan sebagai simbol bagi para pendukung yang menghormati sosok pemimpin yang dianggap mengayomi. Namun seiring waktu, makna label tersebut mengalami pergeseran ke arah yang lebih negatif. Perubahan ini dipicu oleh perilaku sejumlah pendukung "Anak Abah" yang dianggap menyimpang, sehingga memunculkan respons negatif dari masyarakat, terutama dari mereka yang memiliki pandangan berbeda dengan Anies Baswedan.

Gambar 1. Konten "Anak Abah" di Media Sosial TikTok
Sumber: Akun TikTok Policital Jokes ID

Contoh yang menarik dapat ditemukan pada unggahan akun TikTok *Political Jokes ID*, yang menayangkan sebuah video berjudul "AMIN KALAH ITU DOSA, WAHAI SAUDARA!!!!". Dalam kerangka teori interaksionisme simbolik, konten ini merupakan bentuk simbol verbal. Video tersebut menuai banyak komentar bernada negatif karena dianggap terlalu berlebihan dalam menyuarakan dukungan terhadap pasangan Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar. Kekecewaan publik semakin meningkat ketika sejumlah pengguna lain, yang mengidentifikasi diri sebagai "Anak Abah", terlihat mendukung isi video tersebut. Situasi ini mengindikasikan bahwa penggunaan label tidak lagi didasarkan pada relasi politik yang faktual, melainkan oleh konstruksi persepsi dan bias yang berkembang di masyarakat.

Seiring waktu, istilah "Anak Abah" mengalami perluasan makna. Kini, label tersebut tidak lagi terbatas untuk menggambarkan pendukung Anies Baswedan, melainkan juga digunakan untuk menyebut individu atau kelompok yang menyampaikan kritik terhadap pemerintah, presiden, maupun tokoh-tokoh yang memegang kekuasaan di Indonesia.

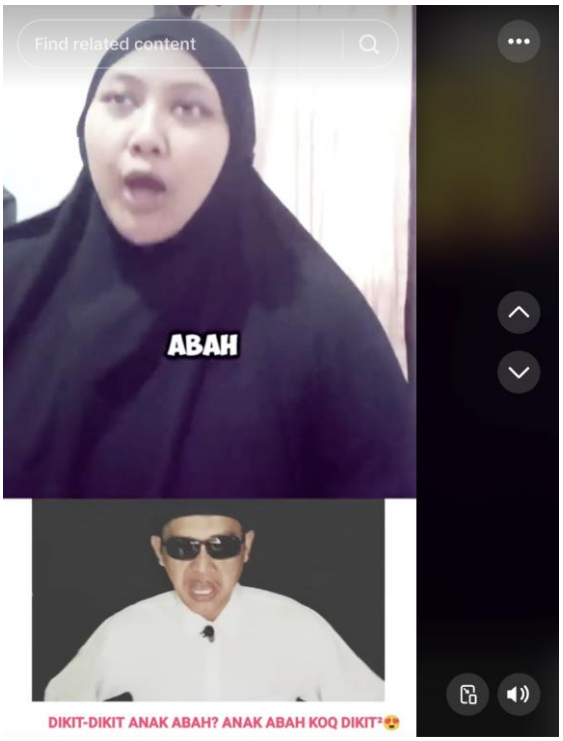
Polarisasi merupakan hal yang lazim terjadi setelah pemilihan presiden. Namun, salah satu akun TikTok bernama @belumsarjana mengunggah sebuah video berjudul "DIKIT-DIKIT ANAK ABAH!! DASAR PENJILAT REZIM" yang menunjukkan bagaimana label tersebut digunakan secara sarkastik untuk menyerang pihak yang dianggap berbeda pandangan politik.



Gambar 2. Konten Anak Abah Sebagai Bentuk Kritik Terhadap Pemerintah
Sumber: Akun TikTok belumsarjana

Video tersebut, yang mencerminkan praktik interaksionisme simbolik, menampilkan keluhan dari sang pembuat konten yang merasa bahwa setiap kali ia menyampaikan kritik terhadap pemerintah secara objektif, ia langsung diberi label "Anak Abah". Padahal, dalam video itu, ia menegaskan bahwa dirinya tidak memiliki keterkaitan dengan Anies Baswedan maupun sebagai pendukungnya. Pernyataan tersebut didukung oleh fakta bahwa ia juga pernah mengunggah konten yang mengkritik Anies secara terbuka. Meskipun demikian, persepsi publik tetap melekatkan label "Anak Abah" kepadanya.

Seorang kreator konten TikTok bernama PJ Cuks juga turut menyuarakan kritik terhadap penggunaan label "Anak Abah" yang kerap disematkan kepada pihak yang menentang kebijakan pemerintah. Dalam video berdurasi 14 detik berjudul "Dikit-Dikit Anak Abah Elu Anak Siapa?", ia menyindir bahwa siapa pun yang menyampaikan kritik terhadap pemerintah langsung dianggap sebagai "Anak Abah", tanpa ada upaya untuk memastikan apakah orang tersebut benar-benar merupakan pendukung Anies Baswedan atau tidak.



Gambar 2. Konten Penolakan Terhadap Label "Anak Abah" yang Mengkritik Pemerintah
Sumber: Akun TikTok PJ Cuks

Kondisi ini relevan dengan teori *labeling* yang menyebut bahwa individu atau kelompok yang diberi cap sosial tertentu akan cenderung diperlakukan dan bahkan berperilaku sesuai label tersebut (Erianjoni, 2015). Hal ini juga diperkuat oleh pemikiran Jon Gunnar (Nugrahaeni, Permana, & al, 2019), bahwa diberikan oleh lingkungan sosial ketika mereka telah mengkonstruksi seseorang sebagai "penyimpang" atau berbeda dari norma dominan. Dalam hal ini, individu yang mengkritik pemerintah dikonstruksi sebagai oposisi, dan label "Anak Abah" menjadi alat untuk mereduksi legitimasi kritik tersebut.

Dalam interaksionisme simbolik, makna sosial tidak bersifat absolut, melainkan hasil dari proses negosiasi yang berlangsung terus-menerus. Sebuah simbol bisa memiliki arti berbeda tergantung siapa yang menggunakan, dalam konteks apa, dan kepada siapa simbol itu diarahkan (Mead dalam (Effendi, 2024)). Label "Anak Abah" mengalami pergeseran semantik dari simbol loyalitas menjadi alat polarisasi sosial. Bagi pendukung AMIN, label ini adalah bentuk afirmasi identitas politik dan solidaritas kelompok. Namun bagi mereka yang kontra, label tersebut digunakan sebagai bentuk ejekan dan delegitimasi.

Hal ini juga berkaitan erat dengan klasifikasi tipe pengguna media sosial menurut Popovic (Tranggono, Dhuhri, & al, 2023). *Creator* dan *critic* memainkan peran sentral dalam menyebarkan simbol "Anak Abah". *Creator* menciptakan konten dengan ekspresi verbal (misalnya, video dengan caption provokatif) dan non-verbal (penggunaan emoji tertentu, gaya bicara, atau estetika visual), sementara critic memperkuat makna simbolik itu melalui komentar dan reaksi. *Spectator* dan joiner juga berperan sebagai penguat ekosistem makna karena meskipun mereka tidak aktif menyuarakan pendapat, mereka menjadi konsumen utama narasi simbolik.

Konten viral seperti video dengan kalimat "Amin Kalah Itu Dosa" bukan hanya sebuah lelucon politik, tetapi sarana artikulasi makna politik yang mengakar pada simbol keagamaan dan loyalitas. Dalam interaksionisme simbolik, ekspresi seperti ini merupakan simbol verbal yang dikonstruksi untuk memperkuat posisi simbolik kelompok tertentu. Ketika simbol ini ditanggapi dengan emosi dan dibagikan secara luas, ia memperkuat representasi kolektif "Anak Abah" sebagai entitas sosial yang aktif dalam diskursus digital.

Secara visual, konten TikTok juga menjadi simbol non-verbal yang mengandung pesan politik. Misalnya, gaya berpakaian, gestur tubuh, atau musik latar yang digunakan dalam video yang menyebut atau menyindir "Anak Abah" adalah bagian dari representasi simbolik yang mengkonstruksi makna kolektif dalam interaksi daring (Wibowo, 2018). Bentuk ekspresi ini menjadi penting karena dalam era digital, ekspresi non-verbal memiliki daya tarik yang kuat dan sering kali lebih mudah diterima audiens.

Pergeseran makna ini memiliki dampak signifikan terhadap dinamika sosial dan politik. Ketika simbol yang tadinya positif berubah menjadi alat untuk melemahkan lawan politik, terjadi pergeseran identitas yang bisa memperkuat polarisasi. Proses ini mencerminkan asumsi dasar teori interaksionisme simbolik: makna dibentuk oleh konteks sosial dan terus dinegosiasikan dalam interaksi.

Menariknya, banyak pengguna media sosial yang menyadari ketidaktepatan label "Anak Abah" namun tetap menggunakannya secara satiris atau ironis. Ini adalah bentuk *reclaiming* simbol yang dalam kajian budaya populer kerap digunakan untuk mengalihkan makna dari negatif ke positif atau sebaliknya. Bahkan sebagian kelompok anti-*status quo* memanfaatkan label tersebut untuk menunjukkan keberanian dalam menyampaikan kritik, menjadikan label itu sebagai alat resistensi terhadap tekanan mayoritas.

Lebih jauh, *labeling* seperti ini berdampak pada bagaimana masyarakat melihat legitimasi kritik terhadap pemerintah. Kritik yang substantif kerap diabaikan hanya karena berasal dari seseorang yang dianggap "Anak Abah". Ini berbahaya karena dapat menurunkan kualitas diskursus publik. Dalam hal ini, media sosial justru menciptakan ruang ekokamar (*echo chamber)* yang memperkuat prasangka dan menghambat dialog lintas pandangan. Karena itulah, literasi media menjadi penting. Publik perlu memahami bahwa simbol dan label di media sosial bukan hanya alat ekspresi, tetapi juga memiliki daya kuasa dalam membentuk persepsi politik dan identitas sosial. Literasi media memungkinkan masyarakat membedakan antara kritik yang argumentatif dan *labeling* yang bersifat emosional atau manipulatif.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memperkuat asumsi dalam teori *labeling* dan interaksionisme simbolik bahwa media sosial tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk identitas, membatasi makna, dan menegosiasikan kekuasaan simbolik. Label "Anak Abah" hanyalah satu dari sekian banyak contoh bagaimana simbol dapat berkembang menjadi alat politik yang kompleks. Perlu kesadaran bersama bahwa ruang digital seharusnya menjadi medium dialog yang sehat, bukan arena penghakiman berbasis simbol.

Dengan memahami konteks ini, masyarakat diharapkan lebih kritis dan bijak dalam menggunakan serta menanggapi simbol-simbol politik di media sosial. Pendekatan interaksionisme simbolik dalam penelitian ini memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana interaksi digital membentuk realitas politik baru yang dinamis, simbolik, dan sangat terhubung dengan identitas kolektif pengguna media sosial.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyoroti kompleksitas fenomena label "Anak Abah" dalam konteks politik Indonesia, khususnya menjelang pemilihan presiden 2024. Label ini, yang awalnya digunakan untuk merujuk kepada pendukung Anies Baswedan, telah mengalami pergeseran makna yang signifikan. Dalam interaksionisme simbolik, makna dari label ini tidak bersifat tetap, melainkan dibentuk melalui interaksi sosial di media, terutama di platform TikTok.

Penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena labeling "Anak Abah" di media sosial, khususnya di platform TikTok, tidak hanya merefleksikan dinamika politik pasca-Pemilu 2024, tetapi juga menggambarkan kompleksitas konstruksi identitas politik dan interaksi simbolik dalam ruang digital. Simbol ini awalnya digunakan sebagai bentuk dukungan terhadap calon presiden tertentu, namun dalam perkembangannya mengalami pergeseran makna dan digunakan secara luas sebagai bentuk stigmatisasi terhadap siapa pun yang mengkritik kebijakan pemerintah.

Dalam perspektif interaksionisme simbolik, label semacam ini berperan sebagai konstruksi sosial yang tidak hanya membentuk persepsi terhadap individu atau kelompok tertentu, tetapi juga memengaruhi cara mereka diperlakukan dalam diskursus publik. Proses pelabelan yang masif dan tidak terkendali ini pada akhirnya memperkuat batas identitas dan memperburuk polarisasi politik. Media sosial, sebagai ruang interaksi modern, menjadi sarana paling efektif dalam mempercepat penyebaran makna simbolik tersebut.

Penelitian ini juga menegaskan bahwa pemberian label politik seperti "Anak Abah" tidak selalu dilandasi oleh fakta afiliasi politik, melainkan oleh persepsi dan bias kolektif yang terbentuk di tengah masyarakat digital. Fenomena ini menjadi tantangan serius bagi kesehatan demokrasi karena mempersempit ruang dialog dan mendorong masyarakat untuk terjebak dalam pola pikir biner, antara pro dan kontra, tanpa membuka ruang bagi argumentasi yang lebih rasional dan terbuka.

Dari temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa penting bagi masyarakat untuk meningkatkan literasi media dan kesadaran dalam menggunakan simbol-simbol politik di media sosial. Simbol bukanlah sekadar ekspresi, tetapi juga alat kuasa yang dapat memperkuat atau meruntuhkan legitimasi seseorang dalam diskursus politik. Oleh karena itu, setiap pengguna memiliki tanggung jawab untuk menyaring dan memahami konteks sebelum menggunakan label yang berpotensi memecah belah.

Berdasarkan hasil analisis, tampak bahwa pelabelan semacam ini kerap memicu respons negatif. Kritik terhadap pemerintah maupun calon presiden tertentu sering kali langsung diasosiasikan sebagai bentuk dukungan fanatik terhadap Anies Baswedan. Kondisi ini membentuk sekat sosial yang tegas antara kelompok pendukung dan penentang, yang pada akhirnya menghambat terciptanya dialog yang sehat di tengah masyarakat. Media sosial—terutama TikTok—berfungsi sebagai ruang interaksi simbolik yang aktif, di mana pengguna dapat dengan mudah menyebarkan konten dan menanggapi secara cepat. Dinamika ini mempercepat terbentuknya makna simbolik serta identitas politik, namun juga berisiko memperdalam polarisasi. Penelitian ini juga menyoroti urgensi akan kesadaran masyarakat dalam berperilaku di ruang digital. Mengingat media sosial kini menjadi sumber utama informasi dan diskusi publik, perilaku pengguna memiliki pengaruh besar terhadap persepsi serta sikap politik. Oleh karena itu, setiap individu perlu memahami konsekuensi dari penggunaan label sosial dan berupaya menciptakan ruang diskusi yang lebih terbuka, inklusif, dan konstruktif.

Berdasarkan hasil temuan penelitian, sejumlah rekomendasi dapat dikemukakan. Pertama, perlu adanya peningkatan literasi media di tengah masyarakat. Masyarakat perlu dibekali

pemahaman mengenai penggunaan media sosial secara bijak, termasuk dalam menafsirkan konteks dari label-label yang beredar, guna meminimalisasi stigmatisasi dan polarisasi. Upaya ini bisa diwujudkan melalui pelatihan atau *workshop* yang membahas komunikasi politik serta etika dalam berinteraksi di ruang digital. Kedua, platform media sosial seperti TikTok diharapkan turut berkontribusi aktif dalam merespons persoalan polarisasi dan *labeling* yang menyudutkan. Hal ini bisa dilakukan dengan mengembangkan fitur atau kebijakan yang mendorong terciptanya ruang diskusi yang lebih sehat serta membatasi penyebaran konten yang bersifat provokatif atau menyesatkan. Sebagai contoh, transparansi dalam sistem algoritma dan promosi terhadap konten yang mendukung dialog positif dapat menjadi salah satu langkah untuk menciptakan ekosistem digital yang lebih konstruktif.

Ketiga, para peneliti dan akademisi yang bergerak di bidang komunikasi politik perlu terus mengembangkan studi mengenai konsekuensi jangka panjang dari fenomena pelabelan ini. Kajian lanjutan dapat difokuskan pada bagaimana label politik memengaruhi pola perilaku pemilih serta dinamika sosial dalam masyarakat. Dengan memperluas pemahaman terhadap isu ini, diharapkan dapat dirumuskan strategi atau pendekatan yang lebih efektif dalam menghadapi tantangan komunikasi politik di era digital.

Pada akhirnya, penting untuk terus mengingatkan masyarakat akan tanggung jawab etis dalam berinteraksi di media sosial. Setiap individu memiliki kontribusi dalam membentuk arah narasi dan dinamika komunikasi sosial-politik yang terjadi di ruang digital. Dengan membiasakan diri untuk terlibat dalam percakapan yang bersifat konstruktif dan menunjukkan penghargaan terhadap perbedaan pandangan, masyarakat dapat turut serta menciptakan atmosfer politik yang lebih sehat, terbuka, dan tidak terjebak dalam polarisasi ekstrem.

Penelitian ini secara umum memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana label "Anak Abah" bekerja sebagai simbol dalam konteks politik Indonesia. Label ini tidak hanya membentuk identitas kelompok, tetapi juga berperan dalam membatasi ruang diskusi melalui praktik pelabelan yang menyesatkan. Dengan memahami bagaimana simbol semacam ini dimaknai dan dimanfaatkan dalam interaksi daring, diharapkan masyarakat semakin cermat dan kritis dalam menyikapi arus informasi. Kesadaran terhadap dampak negatif *labeling* dan kecenderungan polarisasi sangat penting dalam membangun komunitas digital yang lebih toleran, rasional, dan inklusif. Literasi media dan kesediaan untuk berdialog secara sehat menjadi kunci utama dalam menjaga kualitas demokrasi di era digital yang serba cepat dan penuh distraksi.

DAFTAR PUSTAKA

Bagaskara, R. A., & Suratnoaji, C. (2024). Representasi Kepemimpinan Transformasional Anies Baswedan Sebagai Calon Presiden 2024 di Media Sosial Instagram @aniesbaswedan. JIIP (Jurnal Ilmuah Ilmu Pendidikan).

Effendi, F. S. (2024). Interaksionisme Simbolik dan Prakmatis. Dewatuna Journal of Communication and Islamic Broadcasting.

Faoziah, C. P., & Kencono, D. S. (2024). Analisis Dampak Komunikasi Partai Politik di Media Sosial Selama Kampanye Terhadap Preferensi Pemilih Saat Pemilihan Umum Tahun 2024. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jambi (JISIP-UNJA), 107-121.

Hardianto, P. (2024). Interaksi Simbolik dalam Perencanaan Komunikasi Politik @puterikomarudin melalui Instagram. Journal Untar.

Jasmine, A. (2024, Oktober 8). TEMPO. Diambil kembali dari https://www.tempo.co/hiburan/anies-baswedan-cerita-tentang-awal-mula-julukan-anak-abah-1432

Kompas.com. (2024, January 31). Diambil kembali dari https://bandung.kompas.com/read/2024/01/31/223217278/alasan-anies-baswedan-dipanggil-abah-di-jawa-barat#google_vignette

Nugrahaeni, S. D., Permana, S., & al, e. (2019). Fenomena Labelling dan Self-Concept Siswa Sekolah Dasar. EDUTECH: Jurnal Teknologi Pendidikan.

Slack, F., & Rowley, J. (2001). Observation: Perspectives on research methodologies for leisure managers. Management Research News.

Susetyawidianta, R. D., & Geraldy, G. (2024). Policital Branding Prabowo-Gibran dalam Pemilu Presiden 2024: Analisa Interaksionisme Simbolik di Media Sosial Instagram dan Twitter. Sintesa: Jurnal Ilmiah Kajian Komunikasi.

Tranggono, Dhuhri, M. R., & al, e. (2023). Peran Media Sosial Sebagai Wadah Aspirasi Masyarakat. Bureaucracy Journal: Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance.

Wibowo, A. (2018). Analisis Interaksionisme Simbolik Masyarakat Maya Terhadap Wacana Agama di Media Sosial Facebook. Fikrah: Jurnal Ilmu Aqidah dan Studi Keagamaan.