



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Melihat perkembangan teknologi komunikasi, membuat media sosial juga ikut berkembang dan membuka peluang bagi setiap orang untuk mengekspresikan dirinya melalui media sosial yang dapat dikelola sendiri. Hal ini juga didukung dengan kehadiran internet dan media sosial yang sudah tidak asing lagi dalam masyarakat saat ini. Dulu hanya orang-orang terkenal dan penguasa yang dapat diliput oleh media, namun saat ini setiap orang bisa membuat dan membentuk medianya sendiri. Menggunakan media sosial mereka bisa mengekspresikan diri mereka, sesuai dengan konten yang ingin mereka tampilkan. Membangun sebuah *self-representation* sesuai apa yang mereka inginkan.

Self-representation menurut Jill Walker (2017, p. 2) adalah mengenai komunikasi melalui sebuah media personal. *Presentation* tidak akan pernah sama karena setiap orang mempunyai pengalaman dan penafsiran yang berbeda mengenai “*reality*”. Maka setiap orang akan membuat *self-representation*nya tergantung pada siapa hal itu akan dibagikan, agar pesan yang disampaikan akan sesuai dengan yang disampaikan. Hal tersebut dapat terlihat saat seseorang

menyampaikan sebuah *self-representation* untuk kekasihnya dengan ia menunjukkan kepada tempat kerjanya. Hal yang membedakan ini membuat *self-representation* berubah menyesuaikan kepada *audience* yang akan dituju.

Self-representation juga dekat dengan pembentukan reputasi, sehingga saat *self-representation* dapat diterima oleh *audience* positif maka reputasi yang didapatkan juga positif. *Self-representation* sendiri dapat dilakukan dengan *offline* maupun *online* dengan banyaknya media dan ditambah dengan kehadiran internet, membuat banyaknya saluran informasi dan interaksi semakin mudah dilakukan kapan pun di mana pun.

Penggunaan internet di masyarakat juga semakin meningkat dari tahun ke tahun membuat media sosial menjadi tempat yang semakin efektif untuk melakukan *self-representation* karena juga dapat menjadi wadah untuk mengekspresikan dirinya sesuai dengan apa yang ingin mereka tampilkan ke publik, mereka dapat lebih mengontrol apa yang ingin ditunjukkan dan tidak, selain itu komunikasi yang dilakukan dapat menggunakan pola komunikasi dua arah. Penerima dan pengirim dapat berinteraksi secara langsung hingga mencapai pengertian yang ingin dicapai. Maka media sosial bisa menjadi tempat untuk melakukan *self-representation* satu contohnya adalah Basuki Tjahaja Purnama yang biasa dikenal Ahok atau BTP.

Basuki Tjahaja Purnama adalah mantan Gubernur DKI Jakarta menggantikan Jokowi sejak 19 November 2014 untuk periode 2012-2017.

Menurut Populi Center sebuah lembaga survei menyatakan bahwa kepuasan masyarakat DKI Jakarta meningkat terhadap kepemimpinan Ahok atau BTP, berdasarkan survei yang melibatkan 400 responden di enam wilayah, yaitu Jakarta Pusat, Jakarta Selatan, Jakarta Barat, Jakarta Timur serta Kepulauan Seribu dengan menunjukkan 63% menjawab puas (www.tempo.co.id ,2015 , 3). Melihat kondisi yang ada, Ahok terus maju dan mencalonkan dirinya untuk periode berikutnya yang pada akhirnya melakukan kesalahan dalam berbicara di masa kampanye dan ditahan dengan tuduhan penistaan agama. Setelah semuanya pemberitaan juga muncul tentang dirinya yang bercerai istrinya Veronica Tan pada 8 Januari 2018. Pada 17 Januari 2019 Ahok mengunggah sebuah surat pada laman Instagram pribadinya yang berisikan curahan hati dan juga menyatakan tidak ingin lagi disapa Ahok setelah keluar dari penjara melainkan BTP.

Dengan nama panggilan Ahok, BTP jarang sekali menampilkan kehidupan personalnya pada akun media sosial Instagram miliknya. Terlihat bahwa BTP hanya sering mengunggah mengenai kinerjanya sebagai gubernur dan relasinya dengan masyarakat

Gambar 1.1 Unggahan akun Instagram BTP



Sumber: Akun Instagram @basukibtp periode 4 september 2016- 24 september 2016

Dari gambar diatas terlihat bahwa unggahan yang dilakukan BTP terdahulu hanya mengenai kegiatannya sebagai seorang gubernur atau kegiatan profesionalnya

BTP mulai membangun sebuah *Self-representation* baru melalui perubahan nama panggilannya dari Ahok menjadi BTP setelah keluar dari sel

tahanan. BTP kerap mengunggah potret kegiatan yang ia lakukan saat ini, menjadi komisaris utama Pertamina. Berisi pencapaian yang berhasil dilakukan seperti perjanjian *framework* jual beli minyak mentah tahun 2020 dengan Petronas dan beberapa foto anggota keluarganya yang baru melalui laman Instagram pribadinya secara berkala dari tanggal 17 Januari 2019- 15 Mei 2020 atau semenjak pernyataannya ingin disapa BTP diunggah pada akun Instagramnya. Perubahan *self-representation* ini dilakukan BTP untuk menunjukkan dirinya yang sudah berubah menjadi lebih baik setelah mengintrospeksi arogansi dirinya selama menjadi Ahok, yaitu BTP dengan citra baru yang lebih positif di tempat ia bekerja dan mulai menunjukkan *personal lifenya* yang dulu jarang ditunjukkan melalui media sosial. Hal itu dilakukan untuk memperkuat ikatan emosional tersendiri dengan para pengikut dan masyarakat yang kedepannya akan menunjang BTP dalam dunia politik.

Penggunaan media sosial Instagram untuk menunjukkan *self-representation* nya yang baru dikemas BTP dengan berbagai cara, tidak hanya menggunakan teks namun dapat menggunakan gambar, video, dan audio pendukung. Hal itu dapat mempermudah penyampaian informasi dan mempunyai cakupan yang luas karena memiliki pengikut paling banyak kedua setelah Twitter, yaitu 4 juta orang pengikut serta dapat menciptakan masyarakat di dunia maya atau disebut dengan *cyber space*. Berbeda dengan media sosial lainnya, Instagram lebih berpusar pada *visual-based* daripada *text-based*.

Menurut Muller, Kappas, dan Olk (2012, p. 311) visual mempunyai dampak besar untuk memberikan informasi mengenai perlakuan seseorang dan opini publik. Hal itu dapat menunjang pembentukan *self-representation* BTP. Unggahan kegiatan untuk menunjukkan *self-representation* baru yang dilakukan Basuki Tjahaja Purnama melalui Instagram dapat dianalisis isi melalui beberapa elemen seperti personalitas, penampilan, analisis visual, hingga nilai-nilai baru yang ingin ditampilkan periode 17 Januari 2019- 15 Mei 2020, sehingga dapat mengulas isi *self-representation* baru Basuki Tjahaja Purnama di Instagram.

1.2 Rumusan Masalah

Basuki Tjahaja Purnama adalah mantan Gubernur DKI Jakarta yang tersandung kasus penistaan agama membuatnya masuk kedalam sel tahanan dan akhirnya dapat bebas 24 Januari 2019 setelah menjalani masa hukumannya. Setelah keluar, Ahok ingin mengubah pandangan terhadap dirinya dengan membentuk *self-representation* baru dengan mengubah nama panggilannya menjadi BTP menggunakan *platform online*, Instagram dan membangun hubungan yang lebih emosional dengan pengikutnya serta masyarakat dengan mengangkat kehidupan personalnya. Penggunaan sosial media yang marak digunakan, BTP memilih Instagram yang menjangkau kalayak luas melalui unggahan- unggahannya pada Instagram pribadinya. Dikemas dalam bentuk foto yang menampilkan dirinya yang baru mulai 17 Januari 2019.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Melalui rumusan masalah yang telah di paparkan, dapat disusun pertanyaan penelitian sebagai berikut :

- 1.2.1 Apa saja isi topik yang dibahas untuk membangun *self-representation* BTP yang baru melalui media sosial Instagram dalam periode 17 Januari 2019- 15 Mei 2020?
- 1.2.2 Bagaimana isi *self-representation* yang dilakukan oleh BTP melalui media sosial Instagram dalam periode 17 Januari 2019- 15 Mei 2020?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dapat disusun sebagai berikut:

- 1.4.1 Untuk mengetahui topik yang dibahas untuk membangun *self-representation* BTP yang baru melalui media sosial Instagram dalam periode 17 Januari 2019- 15 Mei 2020?
- 1.4.2 Untuk mengetahui aktivitas *self-representation* yang dilakukan oleh BTP melalui media sosial Instagram dalam periode 17 Januari 2019- 15 Mei 2020?

1.5 Signifikansi Penelitian

1.5.1 Signifikansi Akademis

Melalui penelitian bertajuk Analisis Isi *Self-Representation* Baru Ahok Menjadi BTP Melalui Media Sosial Instagram (Dalam Periode 17 Januari 2019- 15 Mei 2020) ini, Penelitian ingin memberikan pemikiran dan pengembangan wawasan pada konsep *representation* yang erat kaitannya dengan reputasi pelakunya. Reputasi berpengaruh dengan karir seseorang kedepannya dan kepercayaan yang diberikan publik. Maka dari itu peneliti ingin menunjukkan bahwa *self-representation* harus dibangun dan dijaga terus menerus terutama untuk para pelaku politik yang banyak menjadi sorotan publik.

1.5.2 Signifikansi Praktis

Peneliti berharap dengan adanya penelitian yang berkaitan dengan *self-representation*, BTP melalui media sosial Instagramnya ini juga dapat memberikan pengetahuan bagaimana menggunakan media sosial secara bijak dan tepat tidak melulu untuk melakukan promosi diri namun bisa menyisipkan pesan (*personal value*) dari setiap kejadian yang telah dialaminya sehingga bisa menjadi pelajaran untuk generasi berikutnya yang akan terjun ke dunia politik nantinya.

1.5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menemukan beberapa keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Peneliti hanya mengamati media sosial Instagram milik BTP karena mempertimbangkan konten yang dimuat dalam instgram BTP merupakan tempat pertama diunggahnya surat pernyataan untuk mulai memanggilnya BTP setelah keluar sel tahanan.
2. Peneliti hanya mengamati post berupa foto atau gambar beserta deskripsi foto (*captions*) karena perbedaan dalam unit analisis visual dengan rupa video