



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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 II

Landasan Teori

2.1 Penelitian Terdahulu

Sebagai landasan peneliti dalam mengembangkan penelitian ini, peneliti melakukan pembelajaran terhadap penelitian terdahulu. Peneliti mempelajari dua penelitian terdahulu yang bisa dijadikan landasan berfikir serta menjadi acuan pembandingan penelitian ini. Penelitian yang dipelajari oleh penulis adalah sebagai berikut :

2.1.1 Penelitian 1 : “Gaya dan Karakter Komunikasi Politik Presiden Joko Widodo”

Penelitian pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Riniwaty Makmur. Rini merupakan mahasiswa Universitas Padjajaran. Penelitian tersebut berjudul “Gaya dan Karakter Komunikasi Politik Presiden Joko Widodo”. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode penelitian analisis semiotika. Tujuan dari penelitian ini adalah memahami gaya komunikasi Presiden Joko Widodo.

Di dalam penelitiannya Rini menggunakan beberapa konsep. Dalam menilai karakteristik komunikasi, teori yang digunakan adalah *Apprehension, Presentation, Adaptation, Aggression*. Sedangkan untuk konsep Gaya komunikasi teori dari Robert Norton yang dijadikan landasan. Konsep tersebut adalah Kesan yang ditinggalkan, berdebat, keterbukaan, dramatis, dominan, ketepatan, rileks, bersahabat, perhatian.

Hasil Penelitian yang didapat adalah terdapat beberapa gaya komunikasi yang muncul pada Presiden Joko Widodo. Jokowi merupakan pemimpin yang berusaha meninggalkan kesan pada setiap komunikasi yang dilakukan. Selain itu keterbukaan juga selalu menjadi nilai yang bawa serta terimplementasi pada proses komunikasi. Presiden Jokowi juga merupakan komunikator yang cukup dominan, karena posisinya sebagai seorang presiden maka gaya komunikasi dominan menjadi tuntutan untuk menguatkan posisinya. dari segi *Aggression traits* (karakter keagresian), perilaku komunikasi presiden

Jokowi memiliki ketegasan. Sedangkan *adaptation traits*, presiden Jokowi memiliki tingkat keterlibatan rendah di dalam situasi diskusi kelompok kecil berbahasa Inggris

2.1.2 Penelitian 2 : “*Explaining Donald Trump Via Communication Style : Grandiosity, Informality, and Dynamism*”

Penelitian kedua adalah penelitian yang dilakukan oleh Sara Ahmadian, Sara Azarshahi, Delroy L. Paulhus. Mereka merupakan mahasiswa University of British Columbia Canada. Penelitian tersebut berjudul “*Explaining Donald Trump Via Communication Style : Grandiosity, Informality, and Dynamism*”. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian analisis isi. Tujuan dari penelitian ini adalah meneliti faktor gaya komunikasi apa yang dimiliki oleh Trump sehingga membawanya maju sebagai calon presiden dari partai Republik dan mengalahkan kandidat lainnya.

Dalam penelitian peneliti melakukan transkrip pada 27 pidato yang telah dilakukan. Pengukuran faktor gaya komunikasi tersebut mengacu kepada nilai *Grandiosity, Informal word usage, and vocal style* dari kandidat. Hasil penelitian tersebut menunjukkan data berikut ini. penilaian poin *grandiosity* Trump cukup tinggi dibandingkan dengan para pesaingnya, pidato Trump mendapatkan nilai tertinggi dalam *grandiosity* dan *significantly*. Trump mendapatkan hasil terbaik dibandingkan dengan delapan kandidat dari republik lainnya. Dalam faktor *informality* apabila dilakukan perbandingan dengan kandidat dari partai republik lainnya Trump berhasil mendapatkan poin yang lebih tinggi. Aktivitas Trump pada media sosial *twitter* mendapatkan nilai yang signifikan. Terakhir adalah *voice analysis* Trump tidak menunjukkan nilai rata-rata yang lebih tinggi dibandingkan dengan delapan kandidat Republik lainnya. Sehingga bertentangan dengan hipotesis peneliti

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu

| Penelitian Hal yang direview | Peneliti 1 Riniwaty Makmur Universitas Padjajaran 2016 | Peneliti 2 Sara Ahmadian, Sara Azarshahi, Delroy L. Paulhus University of British Columbia Canada 2016 | Peneliti Sekarang David Ananda Emy Universitas Multimedia Nusantara Tangerang 2018 |
|------------------------------|--|---|--|
| Judul Penelitian | Gaya dan Karakter Komunikasi Politik Presiden Joko Widodo | <i>Explaining Donald Trump Via Communication Style : Grandiosity, Informality, and Dynamism</i> | Analisis Gaya Komunikasi Media Sosial Youtube Presiden Joko Widodo |
| Rumusan Masalah | -Bagaimana gaya komunikasi Presiden Joko Widodo? -Apa saja Karakter komunikasi yang Berhubungan dengan Perilaku Komunikasi Politik Presiden Jokowi? | -Apa Faktor Gaya Komunikasi yang dilakukan oleh Trump hingga bisa membawa maju ia sebagai calon presiden dari partai republik? | -bagaimana gaya komuniaksi yang muncul pada media sosial Youtube Presiden Joko Widodo? |
| Tujuan Penelitian | -Memahami Gaya Komunikasi Presiden Joko Widodo. | Meneliti Faktor Gaya Komunikasi apa yang digunakan oleh Trump sehingga dapat membawa maju sebagai calon presiden dari partai republik | -Memahami gaya komunikasi pada media sosial Youtube Persiden Joko Widodo -Mempelajari penggunaan gaya komunikasi dalam pesan yang dibentuk pada Youtube Joko Widodo |
| Teori yang Digunakan | Karakter Komunikasi <i>Apprehension, Presentatio n, Adaptation, Aggresion</i> Gaya Komunikasi Kesan yang ditinggalkan, berdebat, keterbukaan, dramatis, dominan, ketepatan, rileks, bersahabat, | Faktor Gaya Komunikasi <i>Grandiosity, Informal word usage, and vocal style</i> | Gaya Komunikasi <i>Dominant, Dramatic, Contentious, Relaxed, Impression-Leaving, Open, Friendly, Attentiv,</i> |

| | | | |
|--------------------------|---|---|-------------------------|
| | perhatian | | |
| Jenis Penelitian | Kualitatif | Kuantitatif | Kualitatif |
| Metode Penelitian | Analisis Semiotika | Analisis isi | Analisis isi Kualitatif |
| Hasil Penelitian | <p>-Hasil penelitian ini adalah gaya komunikasi Jokowi tergolong dalam konteks rendah. Penyampaian cenderung lugas dan apa adanya. Banyak informasi yang disampaikan secara tersirat melalui kode.</p> <p>-karakter atau ciri-ciri komunikasi lain yang membentuk gaya komunikasi pada komunikasi presiden Jokowi adalah:</p> <p>Meninggalkan kesan yang mendalam, terbuka, dominan, perhatian, bersahabat.</p> <p>-dari segi <i>Agression traits</i> (karakter keagresian), perilaku komunikasi presiden Jokowi memiliki ketegasan. Sedangkan <i>adaptation traits</i>, presiden Jokowi memiliki tingkat keterlibatan rendah di dalam situasi diskusi kelompok kecil berbahasa Inggris</p> | <p>-analisa dilakukan dengan menggunakan dua cara. Pertama analisa pada Trump dilakukan dengan mempelajari pidato dan <i>twitter</i>nya. Selanjutnya adalah analisa terkait dengan prediktor untuk mencapai sukses. Kriteria sukses dalam penelitian ini adalah (a) jumlah kemenangan di setiap wilayah dan (b) keputusan keluar dari kompetisi. Penelitian ini hanya melaporkan hasil penelitian utama. Hasil dari pengamatan adalah adanya kekuatan gaya komunikasi pada aspek <i>Grandiosity, Informality, Voice Analysis</i>.</p> | |

Sumber : Olahan Data Penulis Dari Hasil Rangkuman Penelitian Terdahulu

2.2 Komunikasi Kepresidenan

Komunikasi kepresidenan merupakan suatu hal yang sangat penting dilakukan oleh seorang presiden. Menurut Robert (1986, h. 13) Melalui komunikasi seorang pemimpin dapat memenangkan hati pemilihnya, serta menjalankan pemerintahan yang dijalankan. Karena dengan menggunakan

komunikasi seorang kandidat pemimpin dapat menunjukkan dirinya kepada calon pemilih, membagikan harapan dan keinginannya ketika menjabat, memberikan tujuan serta dapat melakukan persuasi dengan parlemen sehingga dapat mengambil sebuah kebijakan yang mendukung tujuannya.

Robert (1986, h. 14) menjelaskan bahwa komunikasi menjadi sangat penting bagi seorang presiden karena era masyarakat demokrasi. Pada era demokrasi hubungan pemerintahan dengan publik perlu diperhatikan dengan baik. Hubungan antara negara dengan setiap individu menjadi semakin vital. Karena bagaimana masyarakat beradaptasi, menerima, mengadopsi, dan memahami seorang presiden dapat berakibat pada perspektifnya mengenai negara itu sendiri. Presiden berubah menjadi fokus utama di dalam sistem politik demokrasi.

Komunikasi berperan seperti pelumas untuk menggerakkan roda pemerintahan dengan lancar. Lasswel mendefinisikan politik merupakan “siapa mendapatkan apa, kapan, dan bagaimana”. Komunikasi politik merupakan proses penyampaian pesan yang bercirikan politik dari komunikator politik kepada khalayak politik, melalui media dengan tujuan mempengaruhi dengan jalan mengubah atau mempertahankan kepentingan tertentu di masyarakat (Gun Gun, 2010, h.6).

Sebagai seorang kepala negara seorang presiden sudah pasti akan secara konsisten dan intens dalam melakukan aktivitas komunikasi kepada seluruh *stake holder*-nya. Maka dari itu komunikasi politik menjadi sangat penting di dalam menjalankan tugasnya. Pada dasarnya komunikasi kepresidenan dapat terbagi menjadi dua bagian. Pertama adalah aktivitas komunikasi yang dilakukan presiden secara pribadi sebagai seorang komunikator. atau peran komunikasi yang dilakukan oleh jajaran pemerintahan pada saat ia menjabat.

Pada era kepemimpinan John Kennedy, ia pernah menuliskan bahwa seorang presiden harus memilih satu dari berbagai pertimbangan, sistem, cara dan metode yang ada di depannya. Kemampuannya dalam menentukan pilihan akan sangat mempengaruhi isu yang berkembang pada kepemimpinannya, menentukan

apa yang menjadi prioritas dalam kehidupan bangsanya, dan menentukan keberhasilan dari pemerintahannya.

Tahun 1939 menjadi permulaan di mana *The Executive Office* Amerika Serikat mulai beroperasi. Ada beberapa nilai penting yang melandasi berdirinya *The Executive Office* (Robert, 1986, p.111) :

- a. Memastikan bahwa kepala pemerintahan mengetahui dan memahami arus informasi terbaru.
- b. Membantunya dalam mengamati sebuah masalah dan merancang program ke depan.
- c. Memastikan segala keputusan yang diambil oleh presiden tepat dan telah dikaji dengan matang, agar keputusan tersebut tidak terkesan terburu-buru dan tidak dipercaya oleh publik.
- d. Memilah segala urusan yang dapat dikerjakan oleh sistem pemerintahan agar tidak masuk ke dalam pekerjaan pribadi presiden.
- e. Menjaga waktu presiden.
- f. Memastikan segala instruksi dari presiden dapat diterima dengan pesan dan tujuan yang tepat, sehingga arah kebijakan dapat dikerjakan dengan tepat oleh bawahan.

Barber dalam Craig (1994, h.4) berpendapat bahwa penampilan seorang presiden dipengaruhi oleh karakter presiden dan caranya memandang dunia. Menurutnya terdapat beberapa bagian penting yang dapat dalam sebuah kepemimpinan seorang presiden. ia berpendapat seorang presiden yang sukses harus mampu mempersatukan berbagai macam kalangan, dengan alasan dan tujuan bersama. Paling tidak mampu menunjukkan karakter personal yang kuat di dalam situasi situasi yang penting. Karena dengan fokus kepada karakteristik seorang presiden komunikasi yang dibangun dapat memberikan sudut pandang baru bagi ruang lingkup komunikasinya. Tidak hanya mengandalkan kantor komunikasi kepresidenan atau lembaga lembaga terkait dalam menjalin komunikasi. Karakter seorang presiden yang dapat dimunculkan secara personal ke publik akan membangun persepsinya di hadapan publik.

Komunikasi kepresidenan yang dilakukan sebagai institusi pemerintahan, memiliki tanggung jawab besar terhadap citra kerja pemerintahannya. Di mana peran komunikasi dimainkan oleh seluruh lembaga formal yang berada dibawah kepemimpinan presiden. Sehingga berita maupun informasi yang keluar ataupun masuk ke dalam perbincangan publik harus mampu dijaga perputarannya. Perputaran arus komunikasi sebuah pemerintahan biasanya dilakukan oleh lembaga komunikasi khusus dari pemerintahan tersebut.

Sedangkan komunikasi kepresidenan yang dilakukan sebagai seorang individu memiliki titik berat yang berbeda. Di mana pada komunikator dapat memberikan informasi yang diolah secara pribadi dan tidak melibatkan lembaga kenegaraan lain di dalam sistem komunikasi tersebut. Apabila sumber utama informasi dari sebuah negara dikelola oleh kantor staf komunikasi, maka komunikasi kepresidenan yang dilakukan oleh individu pusatnya adalah pada komunikator itu sendiri.

Nimmo dalam Craig (1994, h.2) berpendapat bahwa kepemimpinan di dalam dunia politik demokrasi sangatlah erat hubungannya antara pemimpin dengan para pengikutnya. Sehingga seorang pemimpin harus mampu membangun kondisi – kondisi yang diharapkan oleh publik agar tetap mendukung kebijakannya. Salah satu kekuatan utama seorang pemimpin adalah kemampuannya di dalam melakukan persuasi terhadap berbagai macam kelompok kepentingan. Sehingga seluruh komunikasi yang dilakukan oleh presiden harus diperhatikan dan dirancang dengan seksama.

2.2.1 Komunikasi Presiden Pada Era Digital

Terdapat perbedaan pada gaya komunikasi yang dilakukan secara online dan offline. Media komunikasi online secara sederhana bisa dipahami sebagai bentuk perkembangan dari media komunikasi tradisional. Saat ini perkembangan new media di era digital yang maju sangat cepat membuat pola komunikasi pun mengalami banyak perubahan mengikuti kemajuan medianya. Morris dan Ogan dalam Gun Gun (2014. H. 163) berpendapat bahwa media massa tradisional seperti surat kabar

dan televisi menunjukkan bahwa antara pembuat pesan dan khalayaknya digambarkan sebagai hubungan satu arah *one-to-many-relationship*. Sementara internet dapat dilihat sebagai sarana komunikasi *one-to-one*, seperti dalam *e-mail*, *one to many* dan *many to one*.

Ketika kita melakukan komunikasi melalui media digital pembuat pesan dan penerima pesan biasanya terpisahkan oleh jarak. Bahkan tidak sedikit yang juga terpisahkan oleh waktu. Tetapi dengan kemajuan teknologi mereka tetap bisa terhubung antara satu dengan yang lain. Dalam tulisan Gun Gun Heryanto (2014. H. 163-165) memberikan gambaran perbedaan pola komunikasi online ataupun pola komunikasi offline.

Tabel 2.1 Perbedaan Komunikasi secara online dan offline

| Elemen Komunikasi | <i>Offline Communication</i> | <i>Online Communication</i> |
|--------------------------------|---|--|
| <i>Source</i> (Komunikator) | Penampilan visual, menggambarkan siapa diri kita sebenarnya, begitu juga dengan karakter personal | Penampilan kita dapat diatur sesuai apa yang kita inginkan, karakter personal dapat disembunyikan dan dapat diungkapkan saat kita ingin mengungkapkannya |
| | Komunikator bersaing dengan komunikator dalam bertukar informasi, dapat terinterupsi | Penyampaian pesan selalu merupakan giliran komunikator, tidak dapat diinterupsi waktu berbicara tidak terbatas |
| <i>Receiver</i> (Khalayak) | Siapapun yang berada di ruang lingkup visual komunikator | Siapapun yang ada di daftar pertemanan dan memakai media sosial yang sama dapat mengakses |
| | Penerima pesan terbatas pada mereka yang memiliki kesempatan untuk berjumpa. Menemukan seseorang yang memiliki kesamaan terutama pada komunitas yang sempit | Penerima pesan tidak terbatas secara virtual, kita dapat lebih cepat dan lebih mudah untuk mengirim pesan pada penerima dengan apa yang disukai oleh komunikator |

| | | |
|---------|---|--|
| | Pesan yang disampaikan dapat didengar oleh pihak lain, namun tidak dapat disampaikan secara akurat kepada pihak lain. | Pesan dapat dilanjutkan kepada banyak pihak secara tepat |
| | Penerima mendapat kesan melalui isyarat verbal dan nonverbal yang diperoleh komunikan | Penerima mendapat kesan dari teks, audio, bahkan visual yang dibaca kirimkan oleh pembuatannya |
| Konteks | Percakapan terjadi sesuai dengan di mana kedua individu berada, mereka berada di ruang fisik yang sama | Percakapan terjadi di lokasi yang diinginkan individunya serta terpisah oleh ruang |
| | Konteks terjadi begitu saja, individu memiliki kontrol yang rendah saat mereka berada dalam situasi komunikasi | Individu dapat lebih mudah memilih waktu komunikasi dan kapan meresponnya |
| | Komunikasi bersifat sinkron, pertukaran pesan terjadi pada waktu yang bersamaan | Komunikasi dapat terjadi secara sinkron, misalnya pada <i>chat room</i> atau <i>instan messaging</i> . Komunikator dan komunikan tidak perlu berada pada waktu yang sama |
| Channel | Media bersifat auditori, visual, dan berjarak | Media bersifat visual untuk teks |
| | Media dua arah memungkinkan interaktivitas secara tepat | Media dua arah, beberapa mampu untuk melakukan interaktivitas secara cepat dan beberapa menunda interaktivitas |
| Pesan | Kata-kata diucapkan beserta gestur, kontak mata, aksen, bau, sentuhan, pakaian, rambut, dan semua isyarat nonverbal | Kata-kata diungkapkan melalui teks, audio, dan visual. Syarat komunikasi nonverbal bersifat terbatas, beberapa pendapat diciptakan melalui simbol simbol |
| | Pesan bersifat sementara, kecuali direkam | Pesan bersifat permanen kecuali dihapus oleh sang pengirim pesan |

| | | |
|-----------------|---|---|
| | Singkatan jarang digunakan | Singkatan sering digunakan terutama pada media <i>chatting room</i> |
| <i>Feedback</i> | Biasanya cepat namun dapat juga ditunda. Kecepatan biasanya diharapkan | Pada diskusi melalui dunia digital, <i>feedback</i> biasanya diterima secara langsung |
| Tujuan | Semua tujuan (belajar, berhubungan, mempengaruhi, bermain, dan menolong) dapat dicapai. Beberapa tujuan dapat dicapai lebih mudah melalui komunikasi tatap muka | Informasi lebih mudah disebarkan melalui media sosial |
| Hambatan | Terjadi pada konteks, artikulasi, pelafalan, dan kesalahan penggunaan tata bahasa | Informasi dibagikan melalui teks, gambar, suara, dan <i>video</i> . |

Sumber : Buku Komunikasi Politik Sebagai Pengantar Gun Gun Heryanto 2014

Perkembangan Media sosial juga telah digunakan oleh beberapa presiden lain yang ada di dunia. Seperti Barack Obama dan Donald Trump. Mantan presiden serta presiden yang sedang menjabat di Amerika ini menggunakan media sosial dengan tujuan menunjukkan hasil pekerjaan mereka selama menjabat. Mereka juga menggunakannya sebagai alat penyebaran pesan dan menerima masukan untuk kebijakan mereka.

Mantan presiden Amerika Barack Obama merupakan salah satu presiden yang sangatlah aktif dalam memakai aktivitas media sosial. Obama mendapatkan banyak perhatian pada komunikasinya melalui media sosial twitter. Pada media Youtube Obama menggunakan akun *BarackObamadotcom* sebagai *channel* resmi miliknya. Akun tersebut telah diikuti oleh 500.000.000 lebih *Subscriber*. Tulisan dalam *typeform.com* (2016) membahas bahwa ada sembilan hal yang dapat dipelajari dari cara obama melakukan pendekatannya pada media sosial.

- a. Obama memulai aktivitas media sosialnya dengan fantastis. Karena penggunaan twitter sangat masif saat itu. Postingan awal dari obama disambut hingga 300 ribu lebih pengikutnya. Penting bagi seorang pengguna media sosial untuk memberikan kesan yang impresif pada

awal penggunaannya. Sedangkan channel Youtube Obama mendapat *view* hingga 13 juta pada video yang diunggah 10 tahun yang lalu.

- b. Pada media sosial penting untuk mengikuti perkembangan trend dan pembicaraan warganet. Obama cukup responsif dalam menyuarakan pemikirannya terkait dengan isu yang sedang berkembang saat itu
- c. Membangun interaksi dengan *stake holders* disaat ada kesempatan. Bagi seorang kepala negara yang diikuti oleh jutaan orang pendukungnya, presiden harus komunikatif bahkan dengan rekan politiknya pada media sosial. Seperti yang dilakukan Obama dan Bill Clinton saling tanya jawab pada media sosial mereka.
- d. Buat sebuah konten yang dapat berinteraksi dengan para pengikutnya di media sosial. Kekuatan dari konten itu akan menjadi sangat kuat, karena mereka pasti senang untuk bisa berinteraksi secara langsung dengan pemimpinnya. Obama sering meminta saran dengan bahasa yang sangat komunikatif di media sosialnya.
- e. Menjadi diri sendiri sangatlah penting pada era media sosial. Obama menjadi pribadinya dan tidak ada yang dibuat buat sehingga media sosialnya sangat berkarakter. Sehingga netizen akan dengan sendirinya mengikuti media sosial presiden karena jujur dan apa adanya.
- f. Obama tidak jarang memposting kegiatan pribadinya pada media sosial. Ia menjadi presiden yang sangat transparan pada publiknya. Karena itu melalui media sosial kita bisa melihat sisi humanis pada presidennya. Sehingga terbangun ikatan yang lebih kuat karena hal tersebut.
- g. Obama memberikan kesempatan pada orang lain atau media media lain untuk memposting tentang akun Obama.
- h. Melakukan interaksi dengan publik media sosial secara langsung akan membuat ikatan akun media sosial presiden dengan pengikutnya semakin kuat.
- i. Sebarkan hal – hal yang berpotensi untuk menjadi viral dan trending karena akan meningkatkan popularitas dengan sangat drastis ketika postingan akun tersebut menjadi viral.

Presiden Amerika Donald Trump yang saat ini menjabat merupakan salah satu tokoh yang sangat kontroversial. Karena beliau Trump merupakan orang yang apa adanya dan senang mengeluarkan pernyataan yang sifatnya membuat heboh penerima pesan. Karakter komunikasi yang dibawa Trump pada kesehariannya juga cukup tergambar di dalam media sosial miliknya.

Media sosial yang sangat aktif digunakan oleh Trump dan Obama adalah *Twitter* sebagai media utamanya. Hal ini dikarenakan perbedaan kebiasaan penggunaan media sosial di masyarakat Amerika. Jika Indonesia memiliki pengguna Youtube yang sangatlah banyak, tetapi Amerika justru masih sangat aktif dalam bermain di *Twitter*.

Youtube Donald Trump telah di *subscribe* oleh ratusan ribu pengguna Youtube Amerika. Kanal Youtube *Donald J. Trump for president* sangat aktif dalam mengunggah video yang menceritakan pesan pemerintahannya. Seorang penulis Amerika Serikat George Lakoff memberikan pernyataan menarik mengenai president Donald Trump. Goerge memberikan sebuah analisis mengenai 4 klasifikasi jenis konten yang aktif digunakan Trump pada media sosialnya. Menurut George (2018), Trump menggunakan media sosial sebagai senjata untuk mengatur perputaran sebuah berita. Itu semua berhasil seperti dengan pesona yang ia buat.

Trump menggunakan sosial media sebagai alat *framing* informasi. Sebelum ia pemberitaannya mengenai Trump menyebar luas pada media sosial ia terlebih dahulu memberikan pendapat pada media sosialnya. Sehingga seringkali media mainstream justru mengutip apa yang disampaikan oleh Trump pada media sosial.

Media sosial menjadi alat pengalih isu, saat ada isu yang berpotensi mengganggu dirinya Trump lebih dulu memainkan isu isu lain untuk memberikan kamufase pada isu yang ingin diredam. Selain itu membelokan informasi sering juga digunakan olehnya. Ketika ada berita atau informasi yang sudah terlanjur tersebar, melalui media sosialnya ia mengembalikan pernyataan untuk menyerang media yang memberitakannya.

Strategi terakhir yang digunakan adalah pemanfaatan media sosial sebagai kelinci percobaan. Melalui media sosialnya ia dengan sengaja mengeluarkan pernyataan yang kontroversial untuk melihat seperti apa respon dari publik Amerika. Contohnya ketika ia menyampaikan ide mengenai penggunaan Nuklir. Keempat hal tersebut telah menjadi pola yang sampai saat ini digunakan oleh Trump di dalam membuat konten dari media sosial pribadinya.

2.3 Komunikasi Kepresidenan di Indonesia

Peneliti juga melakukan pembelajaran kepada beberapa buku yang menjelaskan gaya komunikasi yang dilakukan oleh presiden-presiden di Indonesia. Buku tulisan Tjipta Lesmana dengan judul *Dari Soekarno sampai SBY Intrik & Lobi Politik Para Penguasa*. Buku tersebut menceritakan pola komunikasi setiap presiden yang berbeda beda pada setiap periodenya.

Presiden Soekarno adalah sosok kuat yang hingga saat ini namanya masih harum terdengar di seluruh Indonesia. Bapak proklamasi Indonesia ini memiliki karisma yang sangat kuat di dalam kepemimpinannya. Di dalam pola komunikasinya Presiden Soekarno cenderung melakukan pengulangan secara terus menerus. Pengulangan biasa dilakukan dalam pidato pidato publik maupun saat memiliki kesempatan interaksi dengan publik (Lesmana, 2009, h.10). Soekarno sangat mampu memberikan penekanan yang jelas pada pidato pidatonya. Serta pemilihan kata kata yang memberikan pengulangan agar menguatkan pesan yang ingin disampaikan.

Lesmana (2009, h.26) beliau merupakan sosok yang sangat tegas di dalam kesehariannya. Sifatnya yang tegas tergambar dari kemampuannya mengambil keputusan dengan berani dan memegangnya dengan sangat teguh. Setiap kebijakan yang diambil siap dipertanggung jawabkan. Ketegasan, keberanian, dan sikapnya yang berani memberikan dampak signifikan pada bahasa serta gaya komunikasinya. Soekarno memiliki gaya bahasa dengan *low context*, gaya bicaranya langsung tanpa tedeng aling-aling. Semakin kuat penekanan komunikasi Soekarno karena didukung dengan bahasa tubuh yang

sangat kuat. Gerakan gerakan yang dilakukan saat berpidato dengan menunjuk mempertegas bahasa komunikasinya.

Gaya bahasa lain yang dikenal dekat dengan sosok Soekarno adalah marah. Temperamen yang meledak ledak serta tidak segan melampiaskan kemarahannya jika terdapat keputusan yang tidak sesuai dengan ideologinya. Tidak sedikit staf kepresidenan yang takut apabila Soekarno sudah memanggilnya terlebih lagi jika presiden tengah di dalam suasana hati yang sedang buruk (Lesmana, 2009, h.40).

Selanjutnya adalah Presiden Soeharto yang merupakan pemimpin Indonesia dengan masa kepemimpinan terlama. Beliau bukan orang yang menggebu-gebu dalam berkomunikasi seperti Soekarno (Rendrp, 2004, h.47). Soeharto cenderung berbicara dengan tenang, dan lembut di dalam bertukar pikiran. Awalnya cukup terkesan terbuka dengan kritik serta masukan dari media massa dan publik. Tetapi setelah kritik yang disampaikan semakin tajam terarah beliaulah mulai risih dan memberikan aturan – aturan yang sangat menyudutkan pelaku pers dalam berpendapat. Hingga sikapnya terlihat terbuka tetapi pada penerapannya sangatlah tertutup dengan kritikan (Lesmana, 2009, h.73)

Marah juga identik dengan presiden Soeharto, tetapi kemampuan beliau di dalam mengatur suasana hatinya membuat orang disekitarnya kesulitan membaca kondisi hati Soeharto. Dalam sebuah literatur dari luar negeri bahkan memberikan julukan *The Smiling General* karena senyumnya yang selalu disebarkan pada kondisi kondisi bersama publik. Tetapi ketika presiden mulai diam tertunduk dan mukanya memerah ini bisa menjadi sinyal serius. Artinya Soeharto mulai tidak berkenan atau marah. Dalam melampiaskan kemarahannya beliau sangat sedikit berbicara tetapi keputusannya cukup mengerikan dan sangatlah tegas (Lesmana, 2009, h.83-84).

Budaya jawa sangat lekat dengan presiden Soeharto (Lesmana, 2009, h.51). Ia sangat menjunjung tinggi ketenangan di dalam memimpin. Sedikit dalam berbicara, banyak tersenyum, dan melakukan aksi dan tindakan. Keputusan yang dikeluarkan sangat sedikit kemungkinan dapat kembali lagi.

Sehingga sangat tegas dan kuat kebijakannya. Beliau sangat peka dengan informasi dan terus bekerja walaupun komunikasi verbalnya telah beristirahat. Beliau terus berfikir dan terus memikirkan kebijakan-kebijakan berikutnya yang akan dikerjakan.

Setelah orde pemerintahan Soeharto berakhir, estafet pemerintahan dilanjutkan oleh Presiden B.J. Habibie. Peran Habibie sebelumnya adalah menjadi wakil dari presiden Soeharto lalu barulah menggantikan posisinya sebagai presiden baru Republik Indonesia (Rendro, 2004, h.83). Kepemimpinan Habibie tidak berlangsung lama karena saat itu kondisi politik Indonesia sedang mengalami transisi yang sangat cepat.

Menurut Lesmana (2009, h.141) sebagai presiden, Habibie merupakan pemimpin yang cenderung emosional. Hal ini terimplementasi pada gaya komunikasi yang diterapkannya. Ketika Habibie menemukan perdebatan maka beliau tidak segan-segan mengungkapkan rasa marahnya. Bahkan berdasarkan penuturan *staff* serta menteri pada zaman pemerintahannya. Habibie sering menghentakan meja di dalam dialog mereka. Tetapi yang membedakan Habibie dengan pendahulunya adalah respon dari orang disekelilingnya (Lesmana, 2009, h.72). Apabila pada pemerintahan Soekarno maupun Soeharto para *staff* terdekatnya merasakan takut apabila presiden telah marah. Tetapi pada era Habibie sekalipun beliau sering marah. Para bawahannya tidak merasakan takut kepadanya. Ini juga yang menjadi kehebatan dari Habibie, bahwa ia dapat marah di dalam ruang dialog tetapi setelah selesai semuanya kembali bersahabat dan mampu bekerjasama kembali serta tidak ada dendam akibat kemarahannya.

Gaya komunikasi Habibie tidak condong pada *low context* maupun *high context*. Karena ada saatnya ketika berdialog dan di dalam rapat Habibie terkesan tidak tedeng aling-aling. Ia langsung menyampaikan semuanya dengan jelas dan langsung pada sasaran. Tetapi pada beberapa kasus tertentu beliau juga menunjukkan gaya komunikasi *high context*. Terutama ketika ia sedang menyembunyikan sesuatu, maka seluruh jawabannya akan sangat normatif (Lesmana, 2009, h.160).

Presiden Abdurrahman Wahid atau biasa disebut Gusdur merupakan sosok yang cukup fenomenal semasa kepemimpinannya. Beliau memiliki gaya komunikasi politik yang cukup berantakan. Sebagai seorang kiai yang menjadi Presiden, Gusdur terkadang memainkan peran yang tidak pada tempatnya. Karena cenderung Gusdur seperti berperan sebagai seorang kiai yang mendapatkan kesempatan memimpin sebuah negara (Lesmana, 2009, h.183)

Beliau mudah mempercayai bisikan informasi terutama yang berasal dari kerabat maupun orang terdekatnya. Masalahnya adalah Gusdur dapat dengan mudah menyebarkan informasi tersebut di dalam ruang publik tanpa mengecek kembali kebenaran info tersebut. Pada beberapa kesempatan cara penyampaian Gusdur cenderung membuat publik gempar dengan pernyataannya mengenai informasi yang ia percayai (Lesmana, 2009, h.196).

Presiden Megawati cukup sensitif dalam menanggapi media dan komentar orang-orang yang memberikan kritikan kepadanya. Ia cenderung mengungkapkan perasaannya pada saat berpidato. Sehingga pidato yang disampaikan merupakan pelampiasan uneg-unegnya. Presiden cenderung melakukan serangan balik terhadap kritikan-kritikan tersebut (Lesmana, 2009, h.266).

2.3.1 Penggunaan media sosial dalam komunikasi kepresidenan Indonesia

Pada iklim perpolitikan Indonesia aktivitas antara komunikasi politik kepresidenan dan media sosial mungkin merupakan hal yang tergolong baru. Aktivitas media sosial yang mulai aktif dalam menyuarakan aspirasi politik mungkin mulai melakukan pemanasan saat memasuki tahun 2011 - 2012. Walaupun sebelumnya internet telah masuk, dan media sosial sudah aktif digunakan. Tetapi dampaknya bila dibandingkan dengan saat ini sangatlah jauh signifikan berbeda.

Pengamatan yang dapat dilakukan signifikan adalah pada media sosial SBY ataupun Presiden Jokowi. Karena merekalah dua sosok pemimpin negeri ini yang aktif di dalam media sosial. SBY sangat aktif

dalam mengeluarkan opini pada akun *twitter* miliknya. Sedangkan presiden Jokowi memakai banyak media sosial seperti Youtube, *Instagram*, dan *Twitter*.

Menurut seorang pengamat komunikasi dari Universitas Indonesia. Beliau memaparkan pendapatnya di dalam beritasatu bahwa terdapat perbedaan pola komunikasi pada jaman SBY dan Jokowi. Perbedaan inipun nampak dari cara pemanfaatan media sosial dalam membangun hubungan pemerintah dengan publiknya (Beritasatu,2014. para 1).

2.4.3.1 Penggunaan Media Sosial Presiden Susilo Bambang Yudoyono

Selama presiden SBY menjabat sebagai presiden ia sebenarnya telah memanfaatkan media komunikasi dengan media digital yang lebih praktis. Penggunaan SMS dan PO BOX 9949 telah digunakan untuk menangkap aspirasi publik. Sayangnya cara tersebut ternyata kurang efektif karena pendekatan yang dilakukan masih terlalu *high context* dan penuh birokrasi. Faktor lainnya adalah minimnya tanggapan pada setiap aduan dan tidak ada tindak lanjut dari pengaduan masyarakat (Beritasatu,2014. para 3).

Presiden SBY juga memanfaatkan media sosial seperti Youtube dan *Twitter* sebagai media komunikasinya. Berdasarkan pengamatan Ari media sosial yang dikelola oleh presiden SBY polanya tetap sama dengan gaya komunikasi yang biasa dilakukan olehnya. Alur komunikasi dari atas ke bawah tetap nampak pada konten yang ia gunakan di media sosial. Di dalam media sosial Presiden SBY selalu menggunakannya sebagai media mencurahkan isi hatinya. Terutama di dalam *Twitter* presiden seringkali menceritakan perasaannya serta pendapatnya akan sesuatu. (Beritasatu,2014. para 7).

2.3.1 Penggunaan Media Sosial Presiden Jokowi di Media Sosial

Jokowi dikenal senang melakukan blusukan selama ia menjabat sebagai pemimpin. Sejak menjadi pemimpin di solo hingga saat ini cara tersebut tidak pernah berubah. Karena ia secara konsisten melakukannya, hal tersebut dilakukan juga pada media digital yang sekarang digunakan oleh Presiden. Media digital presiden Jokowi sangat erat dengan gaya komunikasi *low context*, sehingga

terkesan sederhana dan dapat menangkap aspirasi dengan cepat dan dikerjakan solusinya (Beritasatu,2014. para 2).

Perbedaan konten pun nampak pada media sosial keduanya. Presiden Jokowi memanfaatkan media sosial untuk bercerita mengenai kegiatan yang sedang ia jalani. Bahkan di dalam media sosial Youtube presiden tidak sungkan bercerita mengenai kegiatan personalnya seperti saat ia bermain bersama dengan cucunya. Pola komunikasi Jokowi pada media sosial sangat sederhana dan konten yang dibuat mengikuti kebutuhannya. Kecenderungan konten Jokowi terbagi pada proses pekerjaan yang sedang ia kerjakan, pertemuan kenegaraan, menampilkan kebijakan yang diambil, dan cerita sisi lain seorang presiden Jokowi.

2.4 Gaya Komunikasi Robert Norton

Menurut Norton gaya komunikasi secara luas dapat didefinisikan sebagai cara seseorang berinteraksi baik secara verbal maupun non-verbal untuk memberikan isyarat agar tujuan komunikasi dapat dimengerti dan dipahami (Norton, 1978, P 99). Norton memaparkan gaya komunikasi ini pertama kali pada tahun 1978. berdasarkan pernyataan Norton menurut William (2008. h.222) gambaran seorang komunikator dapat tergantung kepada beberapa hal. Kemampuan komunikator dalam mempersepsikan dirinya dalam melakukan komunikasi yang efektif.

Dalam William (2008. h.222) dipaparkan bahwa Norton (1983) secara luas menganggap bahwa gaya komunikasi sebagai “cara seseorang secara verbal, nonverbal, dan para verbal berinteraksi untuk menunjukkan seberapa makna yang harus diambil, ditafsirkan, disaring, atau dipahami”. Norton juga mengemukakan bahwa gaya komunikasi dalam pola interaksi manusia relatif abadi. Model komunikasinya telah dikonseptualisasi dan diukur sebagai pembentukan persepsi seseorang dari gaya komunikasinya. Pada tahun 1977 Norton menemukan bahwa cara seorang guru memandang dirinya sebagai komunikator yang baik dan efektif dari pada para muridnya. Cara komunikator memandang dirinya sendiri dapat membantu pembentukan gaya komunikasi menjadi lebih baik dan efektif.

Konsep gaya komunikasi yang dikembangkan oleh Robert RW Norton membedakan gaya komunikasi di dalam sembilan variabel. Berikut ini pemaparan

lebih jelasnya mengenai kesembilan gaya komunikasi tersebut menurut Norton (1978. h. 100-101).

Gaya Komunikasi pertama adalah *Dominant*, Komunikator dengan gaya ini cenderung mengambil alih alur komunikasi di dalam interaksi sosial. Komunikator *dominant* cenderung mengendalikan pembicaraan. Selain itu komunikasi yang dilakukan dapat membangun persepsi yang kuat pada komunikasinya. Komunikator yang berkomunikasi dengan cara *dominant* cenderung lebih percaya diri, Antusias, Kuat, Kompetitif, Percaya diri, dan menunjukkan kesombongan (William, 2008. H.222).

Gaya komunikasi *Dramatic*, biasanya Komunikator dengan gaya ini biasanya memanipulasi sebuah cerita maupun pesan agar dan cenderung membuatnya sedikit berlebihan. Cara mendramatisir seringkali dilakukan agar dapat memperjelas sebuah pesan sehingga dapat terlihat dan di pahami mendalam. Gaya komunikasi dramatis biasa diberikan tambahan humor maupun gaya hiperbola.

Gaya Komunikasi *Contentious*, Menggunakan argumentatif merupakan ciri utama dari komunikator gaya ini. Argumen argumen yang disampaikan berbasis fakta dan data untuk memperkuat pesan pesan komunikasinya. Gaya komunikasi ini berpotensi mendapatkan pemahan yang lebih kuat dibandingkan *Dominant Style*.

Gaya komunikasi *Animated*, biasanya komunikator yang menyampaikan pesan komunikasi dengan teknik ini tidak hanya disajikan dalam bentuk verbal. Tetapi komunikator menggunakan bantuan komunikasi nonverbal untuk memperkuat pesan yang disampaikan. Gerakan tangan, gestur tubuh, tatapan mata maupun ilustrasi lain yang dapat membantu komunikator menyampaikan pesan. Hal tersebut yang menjadi ciri khas komunikator dengan gaya *animated*.

Komunikator dengan Gaya komunikasi *Impression-leaving* cukup sulit untuk dideskripsikan. Karena yang menjadi titik berat adalah cara komunikator dalam mengantarkan pesan yang mereka ingin sampaikan. Cara

penyampaiannya memiliki konsep yang unik dan membuat penerima pesan mengingat komunikasi yang disampaikan. Karena ketika terjadi proses komunikasi penerima pesan mampu mendapatkan gambaran yang jelas mengenai pesan dari komunikator.

Gaya komunikasi berikutnya *relaxed*, gaya komunikasi ini dapat meredakan ketegangan serta terkesan tidak memberikan tekanan di dalam komunikasi. Proses yang terjadi cenderung santai sehingga penerima pesan dapat menangkap inti dari komunikasi dengan nyaman karena gaya komunikator yang cenderung tenang dan santai dalam menyampaikannya. Karakter penggunaan gaya komunikasi *relaxed* adalah ketenangan, percaya diri, dan memiliki kenyamanan saat berkomunikasi.

Gaya Komunikasi *Attentive* memerlukan kemampuan mendengarkan dan empati sebagai kunci dari gaya komunikasi ini. Komunikator akan membuat lawan bicara mereka merasa didengarkan dengan seksama oleh komunikator. Bahasa nonverbal komunikator secara langsung memberikan respon pada proses diskusi yang berlangsung. Entah gerakan mengangguk atau gerakan lainnya yang menguatkan sinyal bahwa ia sedang menangkap pesan dari lawan bicaranya. Komunikator dengan penuh perhatian diskusi yang dilakukan saat berkomunikasi.

Gaya Komunikasi *Open* menunjukkan perilaku komunikator cenderung ramah dan sangat menyenangkan di dalam berdialog. Pesan yang disampaikan cenderung blak-blakan dan jujur apa adanya. Komunikator sangat terbuka bahkan sekalipun berhadapan dengan lawan komunikasi yang baru ditemukan. Serta sangat komunikatif dalam menyampaikan siapa dirinya. Karena komunikator dengan gaya ini sangat menyukai pertemanan dengan teman komunikasinya. Karakter seorang komunikator dengan gaya komunikasi *open* biasanya senang berteman dan tanpa pamrih (William, 2008. H.223).

Gaya komunikasi *Friendly* merupakan gambaran di mana komunikator mampu membangun komunikasi dengan lawan komunikasinya secara intim/dekat. Melalui cara berkomunikasi lawan komunikasi merasa nyaman

dalam membangun komunikasi. Dalam komunikasi komunikator terasa ramah dengan menunjukkan bahasa verbal dan non-verbalnya

Konsep mengenai gaya komunikasi yang dikembangkan oleh Norton biasanya digunakan dalam menganalisa gaya komunikasi seseorang. Analisa dilakukan pada komunikasi langsung yang dilakukan oleh sang komunikator. karena pada saat gaya komunikasi ini dibangun, gaya komunikasi ini awalnya dibuat untuk menganalisa pola gaya komunikasi seseorang secara langsung. Karena pada saat teori ini dikembangkan teknologi media komunikasi belum berkembang seperti saat ini.

Dengan kemajuan media sosial yang sangat pesat, ditambah jumlah penggunaannya terus bertambah setiap tahunnya. Terutama Indonesia memiliki jumlah pengguna internet dengan sangat banyak. Mendorong lahirnya identitas baru di dalam media sosial bagi para penggunanya. Berkomunikasi pada era digital saat ini telah menjadi keperluan wajib terutama bagi mereka yang memang memerlukan dukungan atau kepentingan dengan publik. Seperti Presiden Jokowi melalui media sosialnya ia menggunakan sebagai cara berinteraksi pada publik Indonesia. Guna memberikan semangat positif yang ingin beliau kembangkan, serta media sosialnya menjadi tempat di mana ia mengenalkan hasil kerjanya kepada publik. Bahkan melalui media sosial Jokowi membangun citra dan opini publik terhadap dirinya dengan konten yang dimiliki. (Beritasatu,2014. para 6).

Hal ini menjadi sangat menarik untuk diteliti, karena semakin media sosial dekat dengan personal komunikatornya. Kedekatan karakter komunikator dengan akun yang ia bangun membuat personifikasi media sosial sebagai identitas digitalnya. Maka melalui identitas digital akan memunculkan berbagai karakter baru yang mungkin pada pola komunikasi yang secara langsung tidak ada tetapi pada saat menggunakan media sosial pola tersebut mulai muncul (Tribunnews, 2017. Para. 2)

Menurut pembelajaran peneliti gaya komunikasi dari norton saat ini masih relevan digunakan dalam memberikan gambaran pada penggunaan media sosial terutama pada media Youtube. bila kita melihat kembali definisi dari Norton, gaya

komunikasi merupakan cara komunikator untuk menyampaikan sebuah pesan baik dengan cara verbal maupun non verbal untuk membuat penerima pesan menyadari, menerima, dan memahami pesan yang disampaikan. Maka peran penting untuk menganalisa gaya komunikasi adalah memahami karakteristik serta pola komunikasi yang dimiliki oleh sang komunikator. Barulah mengamati melalui media atau cara apa yang digunakan untuk menyampaikan pesan tersebut.

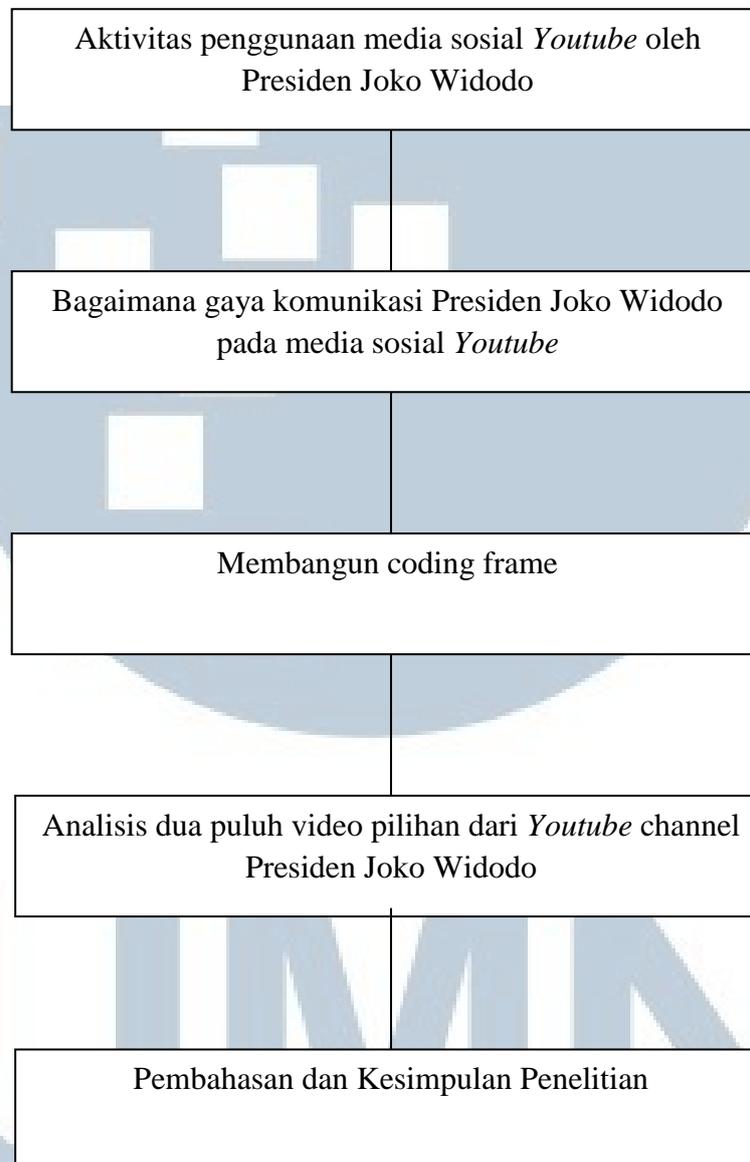
Mengacu pada hal tersebut maka kita dapat melakukan analisa pada gaya komunikasi yang dilakukan pada era digital yang dilakukan melalui media sosial. Karena media yang digunakan tidak akan banyak mempengaruhi karakter utama seorang komunikator. hal lain yang menarik untuk diteliti adalah, hasil akhir pembungkusan pesan saat berkomunikasi melalui media sosial dan berkomunikasi secara langsung bisa berbeda dengan signifikan. Karena itu seandainya kita melakukan analisa terhadap gaya komunikasi seseorang yang diamati pada komunikasi offline/langsung bisa berbeda dengan gaya komunikasi yang akhirnya tersaji pada media sosialnya.

Komunikasi nonverbal merupakan seluruh bentuk aspek komunikasi yang bukan hanya merupakan kata-kata hal ini tertulis pada Julia (2013, p. 124.) Maka dengan berkembangnya dunia digital. Bahasa non-verbal pada era digital memiliki pesan nonverbal yang lebih kuat dibandingkan hanya dengan gerak tubuh. Karena pada media sosial kita dapat menghadirkan ilustrasi yang bersamaan dengan suara, lalu terdapat visualisasi melalui video, animasi, teks, dan berbagai macam cara lainnya. Maka dari itu penelitian ini menarik untuk diteliti untuk memahami gaya komunikasi seperti apa yang dimiliki oleh presiden Jokowi pada media sosial Youtube yang ia gunakan saat ini.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2.5 Alur Penelitian

Bagan 2.1 Alur Penelitian



UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA