



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 V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Pada penelitian kali ini yang menjadi fokus utamanya adalah melakukan analisis pada gaya komunikasi yang dilakukan oleh Jokowi pada media sosial Youtube. Peneliti bertujuan untuk memahami gaya komunikasi apa saja yang muncul dan digunakan pada Youtube Presiden Jokowi, serta mempelajari penggunaan gaya komunikasi dalam pesan yang dibentuk Pada Youtube Presiden Jokowi.

Untuk menjawab tujuan tersebut dilakukan penelitian pada dua puluh video Presiden Jokowi yang memiliki jumlah impresi terbanyak. Jumlah tersebut diambil dengan menggunakan cara *purposive sampling*. Setelah dilakukan analisis melalui pengisian *coding frame*, berikut ini pemaparan kesimpulan data yang didapatkan oleh Peneliti.

Gaya komunikasi paling banyak keluar adalah *animated*, *relaxed*, dan *friendly*. Gaya komunikasi *animated* keluar sebanyak 13 (65%), sedangkan gaya komunikasi *relaxed* keluar sebanyak 12 (60%), dan terakhir gaya komunikasi *friendly* keluar sebanyak 9 (45%). Ketiga gaya komunikasi tersebut nampak dominan muncul pada video-video yang ada pada video Youtube Presiden Jokowi. Lebih jelasnya lagi berikut ini tabel yang menggambarkan jumlah gaya komunikasi yang muncul pada media sosial Presiden Jokowi

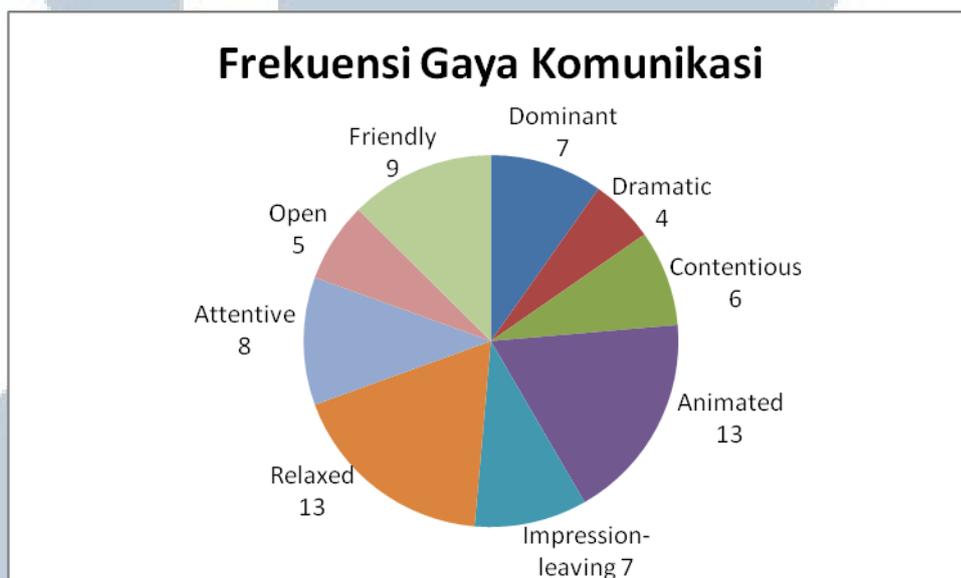
Tabel 5.1 Frekuensi Gaya Komunikasi Youtube Presiden Jokowi

| No | Gaya Komunikasi | Frekuensi | Persentase |
|----|-----------------|-----------|------------|
| 1 | Dominant | 7 | 35% |
| 2 | Dramatic | 4 | 20% |
| 3 | Contentious | 6 | 30% |

| | | | |
|---|--------------------|----|-----|
| 4 | Animated | 13 | 65% |
| 5 | Impression-leaving | 7 | 35% |
| 6 | Relaxed | 13 | 65% |
| 7 | Attentive | 8 | 40% |
| 8 | Open | 5 | 25% |
| 9 | Friendly | 9 | 45% |

Sumber : Olahan Peneliti

Tabel 5.1 Diagram Frekuensi Gaya Komunikasi Youtube Presiden Jokowi



Sumber: Olahan Peneliti

Selain melakukan pengamatan terhadap frekuensi penggunaan gaya komunikasi Youtube Presiden Jokowi. Peneliti juga menemukan kecederungan penggunaan gaya komunikasi yang dilakukan ketika menyampaikan sebuah pesan komunikasi. Menurut pengamatan peneliti, konten video Youtube Jokowi terdapat terpisah dalam dua kelompok bila kita lihat dari pesan yang disampaikan. Kelompok pertama konten video yang memiliki pesan mengenai kinerja pemerintahan serta pembangunan yang sedang dilakukan. Sedangkan pada

kelompok kedua adalah konten video yang memiliki pesan tentang karakter seorang Presiden Jokowi.

Berdasarkan hasil penelitian penulis ternyata gaya komunikasi yang dilakukan dalam menyampaikan kedua pesan tersebut berbeda. Ketika pesan yang ingin disampaikan terkait dengan kelompok pesan kinerja pemerintah. Gaya komunikasi yang digunakan mengarah pada *dominan, dramatic, animated* dan *contentious*.

Sedangkan jika pesan yang disampaikan cenderung berkaitan dengan karakter seorang Jokowi muncul gaya komunikasi lain yang berbeda. Gaya komunikasi yang muncul adalah *Animated, Attentive, Open, dan Friendly*. Untuk penggunaan gaya komunikasi *Impression-Leaving* memiliki sedikit perbedaan. Karena gaya komunikasi ini dapat dikombinasikan dalam menyampaikan kedua pesan tersebut. Karena titik berat gaya komunikasi ini adalah cara pembungkusan pesan yang dapat membekas di hati publik. Menurut pengamatan peneliti gaya komunikasi ini telah dapat terpakai pada kedua kelompok tersebut. Karena video yang termasuk dalam gaya komunikasi ini memang ada pada kedua-duanya.

Berdasarkan hasil simpulan tersebut peneliti memiliki beberapa interpretasi yang muncul terkait dengan penelitian mengenai gaya komunikasi Presiden Jokowi pada media sosial Youtube. Peneliti menduga munculnya gaya komunikasi *animated, relaxed, dan friendly* ditujukan sebagai salah satu strategi untuk mendapatkan impresi dari penonton Youtube. Video pada Youtube Presiden Jokowi kebanyakan disampaikan secara informal sehingga dapat pesan dari video tersebut memang tergolong lebih ringan untuk diterima. Menurut data APJII pengguna internet Indonesia saat ini mencapai 143.260.000 orang. 94.838.12 orang merupakan pengguna Internet dengan usia muda yaitu berusia 13-35 tahun (Kompas.com, para 4). Jumlah tersebut tidaklah sedikit, karena itu penulis menduga penggunaan strategi komunikasi Presiden Jokowi pada media sosial merupakan salah satu cara untuk menarik opini dan dukungan masyarakat muda terhadap Presiden Jokowi.

Dalam media sosial Youtube terdapat beberapa kategori video yang paling diminati oleh para penggunanya. Kategori musik, tutorial, komedi, trailer film, film asing, edukasi, hiburan, sepakbola, dan gaya hidup adalah kategori yang terpopuler dikalangan pengguna Youtube (Kompas.com, para 7). Data tersebut dapat menunjukkan bahwa pengguna Youtube cenderung menikmati konten dengan sajian yang bersifat santai dan dapat menghibur mereka. Karena konten mengenai pemberitaan tidak cukup populer dikalangan pengguna youtube.

Video yang disajikan dalam Youtube Presiden Jokowi memiliki pesan mengenai kinerja kenegaraan dan mengenalkan karakter seorang Jokowi. Tetapi dalam menyampaikan kedua pesan tersebut pesan dikelola dengan penyampaian yang sangat informal. Sehingga baik pesan mengenai kinerja pemerintahan maupun karakter Jokowi dapat diterima dengan cukup baik oleh masyarakat. Penggunaan Gaya Komunikasi *animated, relaxed, dan friendly* dapat memperkuat kesan Presiden yang ingin berinteraksi dekat dengan publik. Misalnya dengan gaya animasi dari tulisan dan gambar yang digunakan dapat menarik bagi publik karena disesuaikan dengan referensi penontonya. Kemasan video disesuaikan dengan gaya yang sesuai dengan desain anak muda. Lalu cara presiden hadir dan berbicara pada Youtube miliknya dapat memberikan nilai lebih. Karena Jokowi hadir dengan gaya Vlog yang terkenal dikalangan anak muda saat ini. penampilanya dengan kemeja dan jaket bomber juga memberikan kesan informal bagi penontonya.

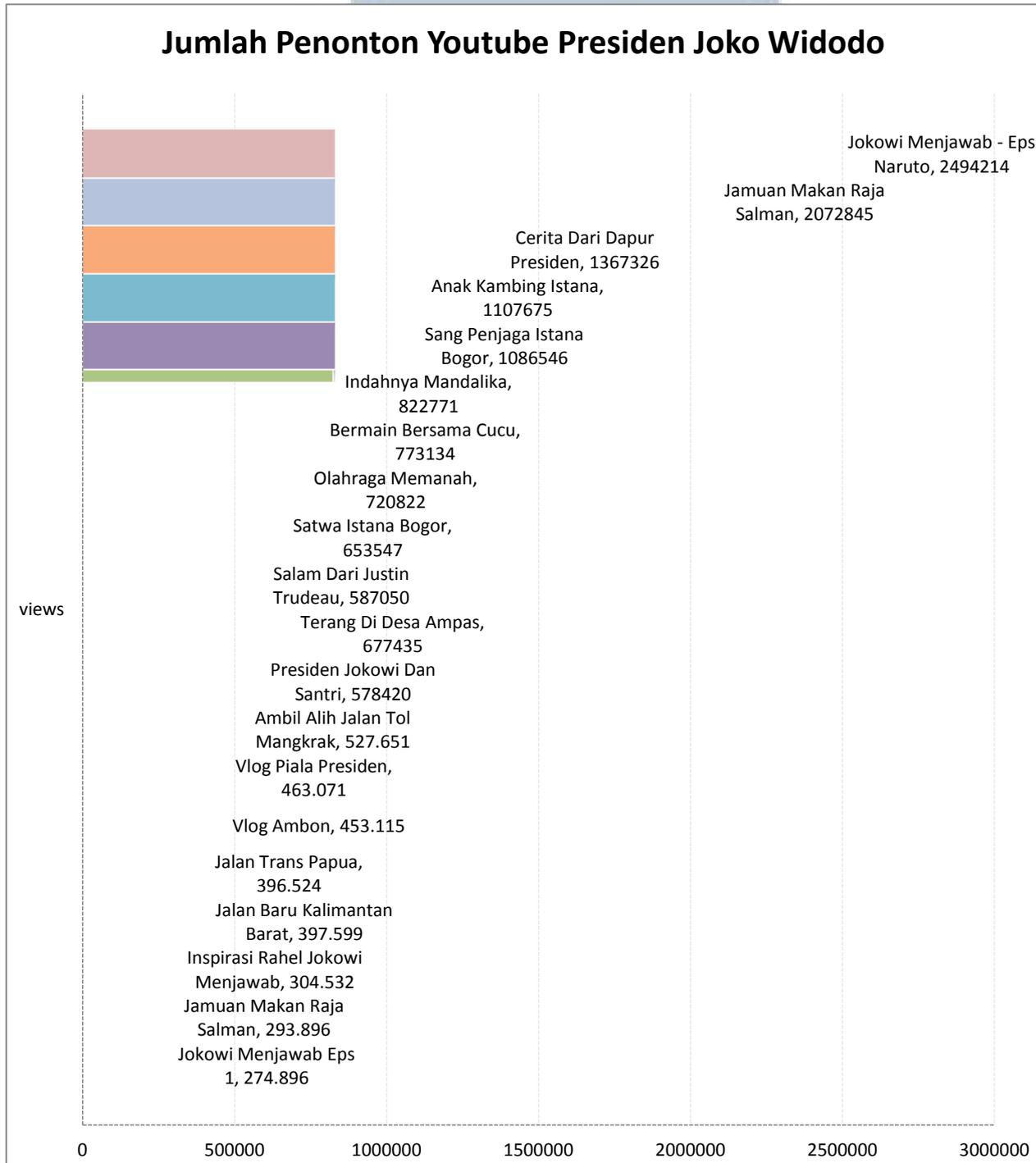
Cara tersebut ternyata cukup berhasil menarik perhatian bagi pengguna media sosial Youtube yang dominan digunakan oleh usia muda. Pada ke-20 video yang menjadi data penelitian mendapatkan jumlah penonton dan like cukup besar. Berikut ini merupakan tabel rangkuman jumlah penononton dan respon penonton pada video dari Presiden Jokowi.

Tabel 5.2 Jumlah Like dan Dislike Pada Youtube Presiden Joko Widodo

| No | Judul | Like | Dislike |
|-------|--|---------|---------|
| 1 | #JOKOWIMENJAWAB – Wah, siapakah Hokage ke-8 di dalam anime Naruto? | 64.000 | 2.100 |
| 2 | Jamuan Makan Siang Bersama Raja Salman | 90.000 | 1.700 |
| 3 | CERITA DARI DAPUR PRESIDEN | 36.000 | 899 |
| 4 | Kelahiran Dua Ekor Anak Kambing di Istana Bogor | 40.000 | 1.800 |
| 5 | SANG PENJAGA ISTANA BOGOR | 18.000 | 541 |
| 6 | INDAHNYA MANDALIKA | 32.000 | 1.000 |
| 7 | BERMAIN BERSAMA CUCU | 21.000 | 199 |
| 8 | Olahraga Memanah : Fokus, Konsentrasi, Ada Target dan Sasaran | 17.000 | 337 |
| 9 | SATWA ISTANA BOGOR | 31.000 | 771 |
| 10 | Salam dari Justin Trudeau | 18.000 | 732 |
| 11 | TERANG DI DESA AMPAS, PAPUA | 28.000 | 348 |
| 12 | Presiden Jokowi & Santri | 5.900 | 148 |
| 13 | Presiden Jokowi: Jalan Tol Mangkrak Kita Ambil Alih | 6.100 | 118 |
| 14 | Vlog saya dari Piala Presiden 2017. Seru dan meriah | 15.000 | 1.100 |
| 15 | #JKWVLOG AMBON | 15.000 | 227 |
| 16 | #YadianMenjawab - NARUTO dan HOKAGE | 13.000 | 506 |
| 17 | MENYUSURI TRANS PAPUA DENGAN MOTOR TRAIL | 13.000 | 161 |
| 18 | #JKWVLOG JALAN BARU KALIMANTAN BARAT | 14.000 | 219 |
| 19 | #JOKOWIMENJAWAB EPISODE 3 – Inspirasi dari Rahel | 9.700 | 147 |
| 20 | #JOKOWIMENJAWAB EPS 1 | 14.000 | 212 |
| Total | | 500.700 | 13.265 |

Sumber : Olahan Peneliti Dari Youtube Channel Presiden Joko Widodo

Tabel 5.3 Jumlah Penonton Pada Youtube Presiden Jokowi



MULTIMEDIA
NUSANTARA

Sumber : Olahan Peneliti Dari Youtube Channel Presiden Joko Widodo

Dari ke-20 video yang menjadi data penelitian bila dijumlahkan jumlah penontonnya telah mencapai jumlah 14.945.260 juta kali. Perbandingan antara jumlah *like* dan *dislike* adalah 500.700 berbanding 13.265. besarnya jumlah *like* pada video dari Presiden Jokowi dapat menunjukkan bahwa masyarakat cukup menyukai suguhan konten yang diberikan oleh Presiden Jokowi. sedangkan sedikit masyarakat yang tidak menyukai video tersebut. Besarnya respon positif tersebut dapat diartikan bahwa gaya komunikasi pada media sosial Youtube yang ditampilkan oleh Jokowi berhasil mendapatkan respon baik dari publik. Dengan memaksimalkan gaya komunikasi *animated*, *relaxed*, dan *friendly* yang telah disesuaikan pada karakter seorang Jokowi dapat memperkuat pesan yang pada media sosial Youtube miliknya.

Melalui media Youtube peneliti menduga bahwa Presiden Jokowi ingin menunjukkan kepribadiannya kepada masyarakat. Jokowi menunjukkan kesederhanaan yang tidak pernah berubah sejak masih memimpin Solo hingga saat ini memimpin Indonesia. Terlihat dari konten video yang menunjukkan berbagai sisi lain seorang Presiden. Dari 20 data yang diteliti 14 diantaranya merupakan video yang mengandung pesan mengenai karakter Presiden Jokowi.

Video-video tersebut memberikan gambaran karakter dan kebiasaan dari sosok Presiden Jokowi. melalui pesan yang disampaikan Presiden Jokowi seperti ingin memberikan narasi bahwa sekalipun saat ini Jokowi bertugas sebagai seorang presiden. Tetapi Jokowi tetap merupakan rakyat Indonesia yang memiliki kehidupan sama seperti rakyat kebanyakan. Narasi tersebut diperkuat dengan menunjukkan kebiasaan Presiden Jokowi ketika senggang dengan memberi makan hewan-hewan Istana. Pada video lain menunjukkan kegiatan Presiden Jokowi saat bersama dengan cucu. Serta masih ada video yang bercerita mengenai makanan yang biasa dikonsumsi oleh Jokowi selaku seorang Presiden Indonesia. Berbagai video tersebut memberikan kesan dari kesederhanaan dari Presiden Jokowi sebagai seorang presiden dengan kebiasaan yang sama seperti dengan rakyatnya.

5.2 SARAN

Saran penulis pada penelitian kali ini terbagi dua, yaitu saran untuk akademis dan praktis. Melalui saran ini diharapkan dapat membangun pendalaman riset sejenis ini agar bisa menjadi landasan atau acuan bagi studi selanjutnya

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian gaya komunikasi hingga saat ini belum terlalu banyak dilakukan. Terutama penelitian yang melakukan analisis pada gaya komunikasi melalui dunia digital. Sedangkan melihat perkembangan zaman yang mendorong kemajuan era digital semakin kuat diperlukan penelitian semacam ini. Karena karakteristik cara berkomunikasi seseorang tidak selalu sama pada dunia nyata dan dunia digital.

5.2.2 Saran Praktis

Kemajuan era pada dunia digital jelas membawa berbagai perubahan terhadap perkembangan setiap individu. Pola komunikasi semakin berkembang dan menjadi beragam seiring dengan kemajuan era digital. Melalui penelitian ini kita dapat melihat gaya komunikasi yang digunakan seorang Jokowi dalam memanfaatkan media sosialnya. Melalui implementasi yang tepat ternyata gaya komunikasi yang muncul media sosial dapat membangun persepsi baru bagi para penggunanya. Sehingga saat ini penggunaan media sosial perlu dibangun dengan memiliki karakter yang kuat.

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