



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 I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Baldoni di dalam Lesmana (2009, h.15) mengungkapkan bahwa efektivitas kepemimpinan seorang presiden atau untuk siapapun yang memiliki otoritas sangatlah bergantung pada kemampuan komunikasi yang baik. Sebagai seorang pemimpin presiden memiliki beban besar terhadap seluruh masyarakat. Komunikasi dari presiden kepada masyarakat saat ini menjadi sangat penting. Kemampuan berkomunikasi, dapat membangun kepercayaan pada rakyat dan pengikutnya. Kepercayaan masyarakat terhadap pemimpinnya dapat menimbulkan kerjasama pada seluruh unsur masyarakat. Dengan kerja sama antara presiden dan masyarakat maka kepemimpinan akan berjalan dengan lebih efektif (Lesmana, 2009, h.10).

Barber dalam Craig (1994, h. 4) berpendapat bahwa penampilan seorang presiden dipengaruhi oleh karakter presiden dan caranya memandang dunia. Dalam melakukan komunikasi, karakter komunikator akan memengaruhi caranya berinteraksi. Menurut Kurt Lewin dalam Lesmana (2009, h.17) terdapat tiga-tipe kepemimpinan. Tipe kepemimpinan tersebut adalah *Authoritarian*, *Participative*, dan *Delegative*. Kepemimpinan dengan karakter *Authoritarian* merupakan pemimpin yang menyampaikan yang diinginkan, dan hal tersebut harus dilakukan tanpa meminta pendapat dan masukan dari bawahannya. Kepemimpinan *Participative* dalam kepemimpinannya ia selalu mengajak beberapa perwakilan bawahan dalam proses pengambilan keputusan. Namun keputusan akhir ada di tangannya. Kepemimpinan *Delegative* pemimpin mempersilahkan bawahannya untuk membuat keputusan. Dalam pelaksanaan tersebut pemimpin tetap bertanggung jawab atas keputusan tersebut.

Hingga saat ini Indonesia telah dipimpin oleh tujuh orang presiden. Berbagai tipe kepemimpinan telah diterapkan oleh para presiden Indonesia.

Berbagai karakter komunikasi kepemimpinan juga telah dirasakan oleh masyarakat Indonesia. Indonesia pernah berada pada era orde baru. Pada era tersebut *pers* mengalami pengaturan yang sangat ketat. Pergantian pemimpin rupanya membawa perubahan signifikan terhadap kebebasan pers dan kebebasan dalam ekspresi yang merupakan salah satu tolak ukur kehidupan berdemokrasi (Rendro, 2004. h.2).

Menurut Rendro (2004, h.3) Independensi pers benar-benar diperoleh Indonesia setelah tahun 1998. Aliran informasi menjadi mudah terakses, perkembangan media yang semakin pesat juga mendorong pola penyebaran informasi dan komunikasi semakin cepat. Bila sebelumnya keberadaan media massa seperti koran dan TV menjadi pusat untuk menyebarkan informasi, hiburan dan juga edukasi, sekarang telah berubah menjadi pergerakan modernisasi mengantarkan kita pada era media sosial. Demikian pula dengan dunia maya bisa mempengaruhi masyarakat, terlepas dari situs yang sering mereka kunjungi. (“Perkembangan Teknologi Media dan Disposisi Masyarakat Masa Kini”, 2017, para.4)

Masuknya era media sosial atau biasa kita kenal sebagai *new media* tentunya didasari dengan perkembangan internet yang sangat cepat dan telah menjadi salah satu kebutuhan manusia modern. Pada dasarnya kita dapat memahami bahwa internet merupakan sekumpulan jaringan komputer yang menghubungkan situs baik untuk lembaga maupun perorangan. Jaringan tersebut dapat membantu kita terhubung dengan berbagai macam informasi yang tersebar di seluruh dunia.

Perkembangan zaman juga memunculkan beragam inovasi yang terkait dengan pengembangan fungsi internet yang secara perlahan tapi pasti membuat media sosial terus muncul dan berkembang. Hal ini membuat komunikasi distribusi informasi terbagi semakin cepat dan efektif. Media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Youtube*, dan lainnya. Telah digunakan oleh sebagian besar pengguna internet.

Menurut data dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) di tahun 2017 sudah terdapat 143.260.000 juta orang di Indonesia yang merupakan

pengguna aktif internet melalui penggunaan beragam aplikasi, *website*, dan media sosial yang berbeda beda.

Dengan kemajuan media sosial, para aktor politik telah memanfaatkannya untuk membangun citra aktor politik dan opini publik demi mencapai tujuan mereka. Seperti yang terjadi di Amerika Serikat, mereka telah menyadari bahwa internet dapat digunakan sebagai sarana berkomunikasi yang sangat efektif. Mereka telah lama menggunakan internet sebagai media untuk membentuk citra dan opini publik terutama dikala masa pertarungan pertarungan politik.

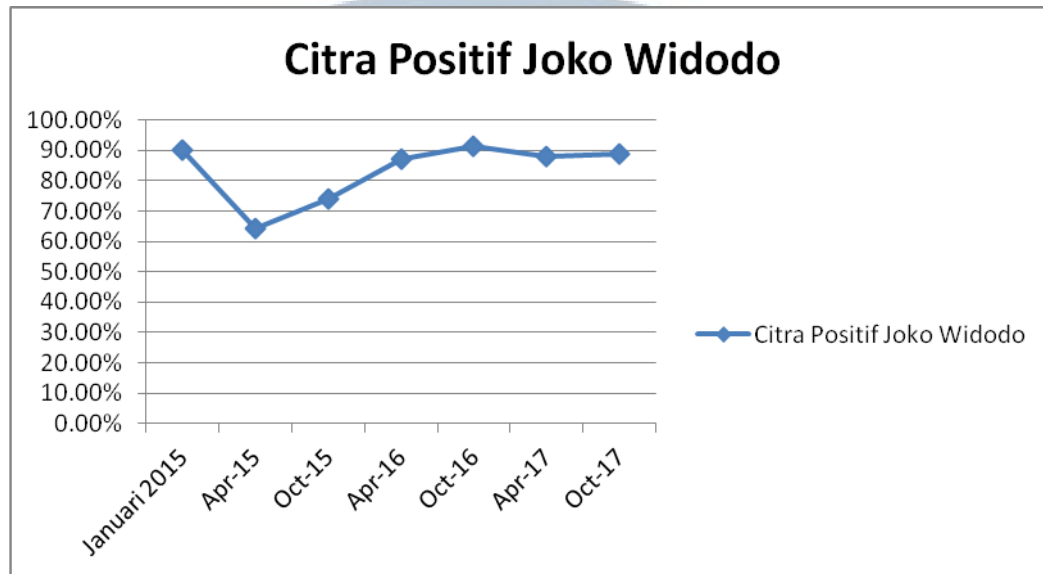
Fenomena penggunaan media sosial sebagai alat membangun citra tidak hanya terjadi di Negara Amerika saja. Saat ini Presiden Jokowi dan Susilo Bambang Yudhoyono merupakan pengguna aktif media sosial dalam menyampaikan seluruh opini dan pemikirannya kepada masyarakat. Jokowi menggunakan hampir seluruh media sosial yang digunakan anak muda. Beberapa media yang sangat sering dimanfaatkan seperti Youtube, *instagram*, *twitter*, dan *facebook* kerap kali menyita perhatian masyarakat. Beragam tanggapan pun hadir karena aktivitas tersebut. Tidak hanya respon positif yang datang tetapi ada juga masyarakat yang kerap kali menyudutkan Jokowi.

Presiden SBY menggunakan media sosial dengan alur komunikasi dari atas ke bawah nampak pada konten yang muncul pada media sosialnya (Beritasatu, para 5). 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.

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 kebutuhan (Beritasatu, 2014. para 4).

Menurut survei yang dilakukan secara berkala oleh Kompas mengenai citra Jokowi didapatkan hasil demikian. Citra Jokowi cukup positif di mata publik walaupun terjadi turun naik yang cukup dinamis. Lebih lengkapnya Berikut ini adalah tabel pergerakan citra publik terhadap Jokowi.

Tabel 1.1 Grafik Citra Positif Publik Terhadap Jokowi



Sumber : Olahan Data Penulis dari hasil Litbang Kompas 2015-2017

Kita dapat melihat bahwa pada survei oktober 2015 citra Jokowi berada di 73,8%, namun ketika media sosial Jokowi mulai diaktifkan citra Presiden Jokowi melesat jauh ke angka 87,3% dan kembali meroket menjadi 91,4%. Berdasarkan analisa peneliti aktivitas media sosial Jokowi Youtube dan instagram Jokowi resmi aktif beroperasi sejak awal tahun 2016, sedangkan *twitter* sudah mulai terlebih dahulu sejak 2014. Penggunaan *instagram* dan Youtube Jokowi memiliki respon dan sambutan yang sangat positif di masyarakat.

Banyak video pada Youtube Presiden Joko Widodo yang menjadi *trending* dan perbincangan pada media media mainstream. Misalnya pada video - video dengan *view* terbanyak dari Youtube Jokowi rata – rata dibuat pada April 2016 – Oktober 2017. Meskipun belum ada pembahasan resmi mengenai hal tersebut. Penulis menduga bahwa ada kontribusi dari penggunaan media sosial Jokowi terhadap peningkatan citra positif Presiden Jokowi

Presiden Jokowi juga terkenal karena memiliki karakter kepemimpinan yang unik. Beberapa karakter melekat pada sosok presiden Jokowi adalah kesederhanaan, dekat dengan rakyat, pekerja keras, dan kejujuran (Rizal,dkk. 2018,p. 137). Kedekatan presiden dengan rakyat telah menjadi ciri khas sejak ia

memimpin kota Solo. Kata blusukan pun menjadi dikenal oleh masyarakat, karena dalam kepemimpinannya Jokowi sangat senang turun langsung dalam memperhatikan masalah yang ada.

Menurut Ari dalam Beritasatu (2014, para 1) blusukan yang selama ini telah dilakukan oleh presiden Jokowi dapat lebih dikonkritkan lagi dengan sistem *e-blusukan*. Melakukan *e-blusukan* menjadi mungkin dilakukan dengan adanya teknologi media sosial. Aktivitas Presiden Jokowi sangatlah beragam, terutama pada Youtube resmi yang digunakan sejak 2016. Terhitung 305 video hingga saat ini telah ada pada *channel* tersebut. Impresi masyarakat pun cukup tinggi karena banyak video Jokowi yang telah ditonton ratusan ribu kali bahkan ada yang menyentuh angka dua juta *view*.

Maka dari itu penulis tertarik untuk menganalisa gaya komunikasi media sosial Presiden Joko Widodo. Karena dengan menggunakan gaya komunikasi yang sesuai dan tepat dapat memaksimalkan proses komunikasi yang dilakukan. Sehingga efektivitas pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.

Menurut Robert Norton (1978, h. 99) gaya komunikasi dapat diartikan cara seseorang untuk memberikan pemahaman baik menggunakan cara verbal maupun non verbal dengan memberikan isyarat agar suatu pesan dapat diartikan dengan tepat. Robert Norton membedakan gaya komunikasi di dalam sembilan variabel. Berikut ini pemaparan lebih jelasnya mengenai kesembilan gaya komunikasi tersebut. Kesembilan gaya komunikasi tersebut adalah *Dominant, Dramatic, Contentious, Animated, Impression-leaving, Relaxed, Attentive, Open, Friendly*.

Melalui kesembilan variabel tersebut peneliti mencoba melakukan analisis terhadap gaya komunikasi yang muncul dalam media sosial Youtube Presiden Joko Widodo. Penelitian akan dilakukan dengan menggunakan metode analisis isi kualitatif.

1.2 Perumusan Masalah

Presiden Jokowi dikenal memiliki karakter yang sederhana, pekerja keras, dan dekat dengan rakyat. Banyak terobosan yang dilakukan, salah satunya dengan aktif menggunakan media sosial. Pada penelitian ini penulis ingin melakukan analisa bagaimana gaya komunikasi yang dilakukan oleh Presiden Joko Widodo. Serta bagaimana gaya komunikasi digunakan dalam menyampaikan pesan dari Presiden Joko Widodo.

1.3 Pertanyaan penelitian

1.3.1 Bagaimana representasi gaya komunikasi Presiden Joko Widodo pada media sosial Youtube?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan akhir dari penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1.4.1 Memahami representasi gaya komunikasi Presiden Joko Widodo pada media sosial Youtube.

1.5 Signifikansi

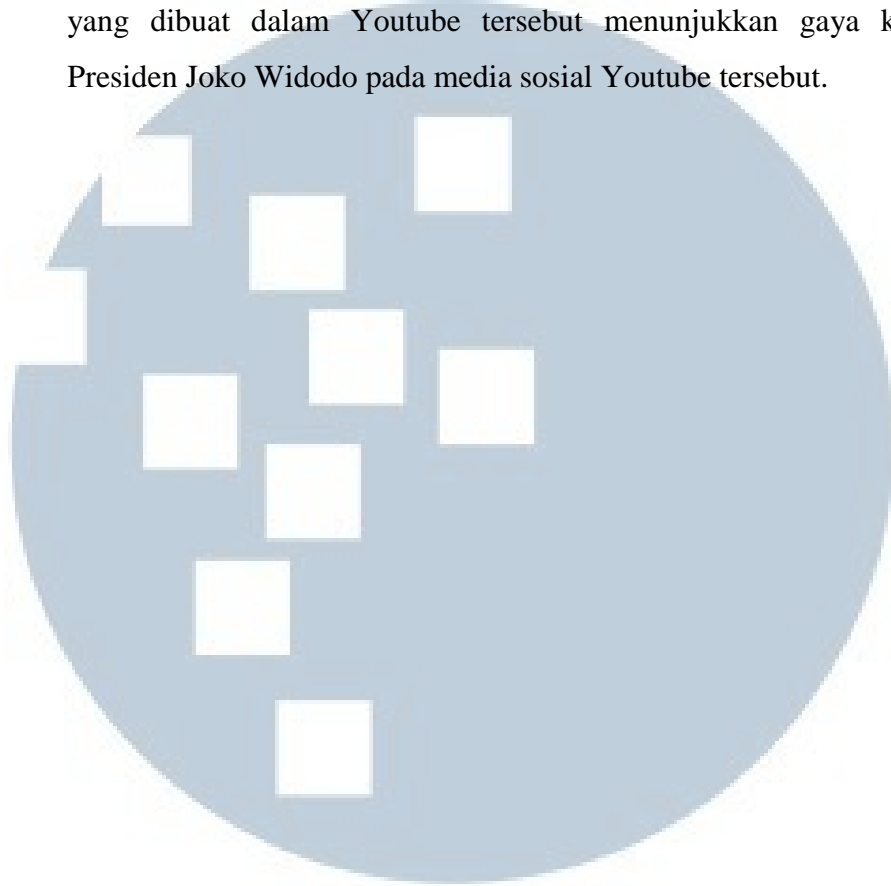
1.5.1. Akademis

Penelitian mengenai komunikasi kepresidenan belum banyak dilakukan oleh peneliti Indonesia. Terlebih lagi penelitian mengenai gaya komunikasi kepresidenan di era digital. Penelitian mengenai komunikasi politik banyak digunakan dalam menganalisis kampanye politik. Sedangkan kemajuan teknologi dapat memunculkan inovasi baru dalam membentuk pola komunikasi penggunaannya.

1.5.2 Praktis

Melalui media sosial, komunikator dapat membentuk persepsi publik terhadap dirinya. Aktivitas media sosial dapat menunjukkan karakter komunikator di mata penontonnya. Melalui pembentukan karakter tersebut kita dapat memperkuat atau mengubah persepsi dari publik. Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran aktivitas

gaya komunikasi yang terjadi pada media sosial Youtube. Melalui konten yang dibuat dalam Youtube tersebut menunjukkan gaya komunikasi Presiden Joko Widodo pada media sosial Youtube tersebut.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA