

**Citra Politik Presiden Jokowi dalam Youtube *Channel*
Melalui Aktivitas *Vlog***

(Analisis Isi Deskriptif pada *Feedback Netizen* di Kolom Komentar
Playlist Kabar Kerja)



SKRIPSI

oleh:

Hendro Agung Wibowo

11 09 4416 / Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2018

**Citra Politik Presiden Jokowi dalam Youtube *Channel*
Melalui Aktivitas *Vlog***

(Analisis Isi Deskriptif pada *Feedback Netizen* di Kolom Komentar
Playlist Kabar Kerja)



SKRIPSI

**Diajukan sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

oleh:

Hendro Agung Wibowo

11 09 4416 / Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2018

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanggung jawab di bawah ini ;

Nama : Hendro Agung Wibowo

Nomer mahasiswa : 110904416

Program studi : Ilmu Komunikasi

Judul karya tulis : Citra Politik Presiden Jokowi dalam Youtube *Channel* Melalui Aktivitas *Vlog* (Analisis Isi Deskriptif pada *Feedback Netizen* di Kolom Komentar *Playlist* Kabar Kerja)

Menyatakan bahwa sesungguhnya, karya tulis di bawah ini adalah karya tulis tugas akhir yang benar – benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya tulis milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non – material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan kenyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan keserjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak ada tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 22 Maret 2018

Saya yang menyatakan



(Hendro Agung Wibowo)

HALAMAN PERSETUJUAN

**Citra Politik Presiden Jokowi dalam Youtube *Channel* Melalui Aaktivitas
*Vlog***

(Analisis Isi Deskriptif pada *Feedback Netizen* di Kolom Komentar *Playlist*
Kabar Kerja)

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar
S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh:

Hendro Agung Wibowo

11 09 04416 / Kom

disetujui oleh:



Nobertus Ribut Santoso, M.A.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Citra Politik Presiden Jokowi dalam Youtube *Channel* Melalui
Aktivitas *Vlog* (Analisis Isi Deskriptif pada *Feedback Netizen* di
Kolom Komentar *Playlist* Kabar Kerja)

Penyusun : Hendro Agung Wibowo

NIM : 110904416

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan
pada

Hari / Tanggal : 9 April 2018

Pukul : 10.00 – 11.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran 3 Gedung FISIP UAJY

TIM PENGUJI

F. Anita Herawati, SIP, M.Si.
Penguji Utama

Nobertus Ribut Santoso, M.A.
Penguji I

D. Danarka Sasangka, MCMS.
Penguji II



Hendro Agung Wibowo

No. Mhs : 110904416 / Kom

Citra Politik Presiden Jokowi dalam Youtube *Channel* Melalui Aktivitas *Vlog*

(Analisis Isi Deskriptif pada *Feedback Netizen* di Kolom Komentar *Playlist*
Kabar Kerja)

ABSTRAK

Komunikasi politik merupakan satu hal yang penting dewasa ini, hal tersebut menjadi satu cara utama bagaimana aktor politik berkomunikasi dengan khalayaknya. Pada tujuannya, aktivitas komunikasi politik memiliki dua tujuan. Tujuan pertama terkait tujuan praktis yang memiliki korelasi terhadap aspek kerja dari tokoh politik. Tujuan kedua berkaitan dengan tujuan politis yang sangat berkorelasi dengan hal – hal pada lingkup kehidupan politik. Salah satu aktor politik dalam negeri yang tentu memiliki kedekatan pada praktik – praktik komunikasi politik ialah Presiden Jokowi. Sebagai seorang pemimpin pemerintahan dan kepala negara, setiap aktivitas kerja maupun personal presiden sangat berpotensi menciptakan aktivitas komunikasi politik.

Pada praktiknya, presiden mampu memanfaatkan keberadaan media untuk menjadi alat yang digunakan saat melaksanakan aktivitas komunikasi politik. salah satu media berbasis internet yang digunakan oleh presiden ialah media sosial Youtube. Seperti yang telah disebutkan di atas, setidaknya terdapat dua tujuan yang hendak dicapai dari jalannya aktivitas komunikasi politik pada platform Youtube ini, salah satu tujuan tersebut berkaitan dengan citra politik. Pada penelitian ini, peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana citra politik Presiden Jokowi dalam Youtube melalui aktivitas *vlog* nya, khususnya pada *playlist* “Kabar Kerja”.

Adapun objek penelitian adalah *feedback* berupa komentar *netizen* di kolom komentar pada *playlist* “Kabar Kerja”. Jenis penelitian ialah kuantitatif dengan metodologi analisis isi deskriptif. Sedangkan teknik *sampling* yang digunakan adalah *pusposive sampling* dengan jumlah sampel 262 komentar.

Dari hasil temuan, olah data dan analisis, peneliti telah mampu menjawab apa yang menjadi tujuan dari penelitian ini. penelitian ini menemukan bahwa citra politik Presiden Jokowi mengarah pada citra politik positif. Hal itu ditunjukkan dari presentase yang didapatkan di kategori positif yang mencapai 96 dari total sampel 262 yang menghasilkan 729 makna pesan di dalamnya.

Kata kunci : komunikasi politik, citra politik, sumber politik, kredibilitas, daya tarik, kekuasaan, kepercayaan, keahlian, analisis isi, presiden jokowi.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
a. Manfaat Akademis	9
b. Manfaat Praktis	9
E. Kerangka Teori	10
A. Komunikasi Politik	10
I. Komunikasi	10
II. Politik	12
III. Komunikasi Politik	13
i. Metode Informatif	16
ii. Metode Persuasif	17
iii. Metode Edukatif	17
iv. Metode Kursif	18
B. Citra Politik	20
C. Media Baru	23
D. Media Sosial	26

E. Youtube.....	30
F. Kerangka Konsep.....	33
1. Komunikasi Politik.....	33
iii. Metode Informatif.....	35
iv. Metode Persuasif.....	35
v. Metode Edukatif.....	36
vi. Metode Kursif.....	36
2. Citra Politik.....	37
3. Media Baru.....	40
4. Media Sosial.....	41
5. Youtube.....	45
F. Definisi Operasional.....	47
G. Metodologi Penelitian.....	51
I.1. Jenis Penelitian.....	51
I.2. Metode Penelitian.....	51
H. Teknik Pengumpulan Data.....	52
a. Data Primer.....	52
b. Data Sekunder.....	53
I. Sampling.....	53
J. Coding.....	56
K. Uji Reliabilitas.....	57
L. Teknik Analisis Data.....	60

BAB II DESKRIPSI OBJEK DAN WILAYAH PENELITIAN

A. Presiden Joko Widodo.....	61
B. Komunikasi Politik Presiden Joko Widodo.....	64
C. Youtube <i>Channel</i> Presiden Jokowi.....	65
D. YouTube.....	69
E. Pengguna Youtube.....	71
F. Komentar di Kolom Youtube.....	73
G. Vlog (Video Blog).....	74

H. Video Kabar Kerja Presiden Joko Widodo.....	75
a. Kabar Kerja 16 Mei 2017 – Kunjungan Lintas Nusantara	75
b. Kabar Kerja Mei 2017 – Kunjungan Ke Beijing	80
c. Kabar Kerja Mei 2017 – Latihan Pasukan TNI Di Natuna	84
d. Kabar Kerja Juli 2017 – Kunjungan Ke Sumba, Makassar, dan Balikpapan	89
e. Kabar Kerja Juli 2017 – Perayaan Hari Anak Nasional	93
f. Kabar Kerja 13 September 2017 – Kunjungan Ke Singapura	98
g. Kabar Kerja Oktober 2017 – Jawa Tengah dan Bali	102
h. Kabar Kerja 10 Oktober 2017 – HUT TNI Ke – 72	107

BAB III HASIL TEMUAN DAN ANALISIS DATA

A. Tabel Frekuensi	114
B. Deskripsi Temuan Data	118
a. Arah komentar berdasarkan temuan data pada komponen kredibilitas.....	123
b. Arah komentar berdasarkan temuan data pada komponen daya tarik.....	134
c. Arah komentar berdasarkan temuan data pada komponen kekuasaan.	147
d. Arah komentar berdasarkan temuan data pada komponen kepercayaan.....	148
e. Arah komentar berdasarkan temuan data pada komponen keahlian.	160
C. Analisis Data	164

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	176
B. Saran.....	179

DAFTAR PUSTAKA	182
----------------------	-----

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Proses Pencitraan Menurut Soemirat dan Ardianto.....	22
Tabel 1	Proses Pencitraan Menurut Soemirat dan Ardianto.....	38
Tabel 2	Komponen Operasional.....	48
Tabel 3	Sampel Penelitian.....	55
Tabel 4	Uji Reliabilitas (<i>percent agreement</i>) coder 1&2 “Kabar Kerja 16 Mei – Lintas Nusantara”.....	58
Tabel 4.1	Uji Reliabilitas (<i>percent agreement</i>) coder 1&2 “Kabar Kerja Me 2017– Kunjungan Ke Beijing”.....	58
Tabel 4.2	Uji Reliabilitas (<i>percent agreement</i>) coder 1&2 “Kabar Kerja Juli 2017 – Kunjungan Ke Sumba, Makassar, dan Balikpapan”.....	59
Tabel 4.4	Uji Reliabilitas (<i>percent agreement</i>) coder 1&2 “Kabar Kerja Juli 2017 – Perayaan Hari Anak Nasional” ..	59
Tabel 4.5	Uji Reliabilitas (<i>percent agreement</i>) coder 1&2 “Kabar Kerja Oktober 2017 – Jawa Tengah dan Bali”.....	59
Tabel 4.6	Uji Reliabilitas (<i>percent agreement</i>) coder 1&2 “Kabar Kerja 13 September 2017 – Kunjungan Ke Singapura”..	60
Tabel 4.7	Uji Reliabilitas (<i>percent agreement</i>) coder 1&2 “Kabar Kerja 10 Oktober 2017 – HUT TNI Ke - 72”.....	60
Tabel 5	Frekuensi Komentar (Video Pada <i>Playlist</i> “Kabar Kerja” Presiden Jokowi.....	115
Tabel 5.1	Frekuensi Positif Komentar (Video Pada <i>Playlist</i> “Kabar Kerja”	

Presiden Jokowi..116

Tabel 5.2 Frekuensi Negatif Komentar (Video Pada *Playlist* “Kabar Kerja”

Presiden Jokowi..117

Tabel 5.3 Frekuensi Netral Komentar (Video Pada *Playlist* “Kabar Kerja”

Presiden Jokowi..117



DAFTAR LAMPIRAN

1. Protocol Pengisian Lembar Koding
2. Lembar Koding
3. Dokumentasi Komentar Video (Kabar Kerja Oktober 2017 – Jawa Tengah dan Bali)
4. Dokumentasi Komentar Video (Kabar Kerja Juli 2017 – Perayaan Hari Anak Nasional)
5. Dokumentasi Komentar Video (Kabar Kerja 13 September 2017 – Kunjungan Ke Singapura)
6. Dokumentasi Komentar Video (Kabar Kerja Mei 2017 – Latihan Pasukan TNI Di Natuna)
7. Dokumentasi Komentar Video (Kabar Kerja 16 Mei – Lintas Nusantara)
8. Dokumentasi Komentar Video (Kabar Kerja Juli 2017 – Kunjungan Ke Sumba, Makassar, dan Balikpapan)
9. Dokumentasi Komentar Video (Kabar Kerja Mei 2017 – Kunjungan Ke Beijing)
10. Dokumentasi Komentar Video (Kabar Kerja 10 Oktober 2017 – HUT TNI Ke - 72)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah peneliti haturkan kepada Allah SWT dengan segala rahmatan dan curahan akan kenikmatan yang tidak terhingga sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan judul ***“Citra Politik Presiden Jokowi Dalam Youtube Channel Melalui Aktivitas Vlog (Analisis Isi Deskriptif Pada Feedback Netizen Di Kolom Komentar Playlist Kabar Kerja)”***. Peneliti menyadari bahwa selama proses pengerjaan hingga selesai, banyak sekali dukungan yang diberikan oleh orang – orang terkasih untuk memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti. Melalui kata pengantar ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada mereka yang telah berkontribusi pada peneliti selama ini.

1. Terima kasih pertama peneliti ingin haturkan kepada Allah SWT yang telah ikut serta di dalam penelitian ini, sehingga segala proses pengerjaan dapat dilalui dengan rahmatan berupa kemudaha, kelancaran dan capaian yang cukup memuaskan.
2. Terima kasih kedua peneliti haturkan kepada orang tua peneliti Bpk. Prawoto dan khususnya (Almh) Ibu Surjati yang telah memberikan dukungan moril maupun materil selama proses pengerjaan skripsi ini.
3. Peneliti juga mengucapkan terima kasih banyak kepada Pab Bro (Nobertus Ribut Santoso) yang bersedia dan ikhlas menjadi dosen pembimbing yang baik bagi peneliti.

4. Selanjutnya, peneliti mengucapkan pula terima kasih kepada saudara – saudara peneliti Mbak Yuyu, Mbak Tarry, Mbak Yetty, dan Mbak Lia. Tidak terkecuali, peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada keponakan – keponakan (Desyn, Tasya, Deka, Ardi, Rio) yang menjadi pelipur kebingungan ketika peneliti menghadi *moment* yang tertekan.
5. Peneliti juga tidak lupa haturkan terima kasih kepada *team mate* (Glory PR) yang selalu menjadi teman baik untuk curhat dan diskusi masalah skripsi. (Nursantia Indriarty, Ayu, dan Alvina Clorinda).
6. Tidak hanya itu saja, peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada teman – teman baik yang juga telah berokntribusi banyak pada pengerjaan skripsi ini, Dayu, Ayik, Rani, Fergie, Sipi, Sevi dan lain – lain.
7. Ucapan terima kasih juga peneliti sampaikan untuk Mas Bram, dan Agashy yang juga telah mendukung skripsi peneliti dalam memotivasi.
8. Teman – teman lama peneliti juga haturkan terima kasih banyak atas *support*-nya (Yoyo, Oyent, Tika, Icha, Gita, Merda, Dana dan lain –lain yang tidak dapat disebutkan).
9. Terakhir, peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada para penghuni kost CTXX/357 yang selalu mem-*bully* untuk tujuan positif peneliti. (Mas Ulil, Prio, Alfaj, Gana, Anjas, Wangga, Ghasan, dan Eki).

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi politik merupakan aspek penting yang tidak dapat dipisahkan di dalam sebuah kegiatan politik yang dilakukan oleh seorang aktor politik. Komunikasi politik menjadi kunci bagi seorang aktor politik untuk mencapai atau mendapatkan tujuan yang diinginkan baik tujuan yang bersifat politis maupun tujuan – tujuan praktis dari pengembanan tugas seorang aktor politik di sistem pemerintahan ataupun sistem politik. Komunikasi politik sendiri sebenarnya bukanlah suatu hal baru yang dilakukan oleh manusia atau dikaji pada konteks keilmuan komunikasi. Konsep komunikasi politik bahkan telah lahir pada zaman Cicero ataupun Aristoteles yang notabennya telah ada sejak ratusan tahun silam. Konsep komunikasi politik memiliki pemaknaan yang cukup banyak, salah satu pemahaman atau pemaknaan terkait apa itu komunikasi politik berasal dari pernyataan Lord Windleshan dalam Junaedi (2013: 24 – 25) yang menyebutkan bahwa komunikasi politik adalah,

“penyampaiaan pesan politik dari pengirim ke penerima dengan penekanan pada membuat penerima menerima apa yang disampaikan oleh pengirim dan menolak yang berasal dari pihak lain”.

Artinya, terdapat sebuah proses yang menitikberatkan pada bagaimana aktivitas komunikasi politik tersebut digunakan sebagai sebuah alat atau cara mempengaruhi khalayak agar menerima apa yang disampaikan oleh aktor politik dan membuat khalayak dapat menolak pesan politis yang disampaikan oleh aktor politik lainnya.

Sehingga pada pemaknaan tersebut, komunikasi politik dilihat sebagai sebuah cara yang berfungsi instrumental.

Definisi atau pemaknaan lain dari komunikasi politik juga datang dari pernyataan Brian McNair (1999:4) dalam Junaedi (2013:25-26) yang mana definisi atau pemaknaan komunikasi politik dibagi menjadi tiga poin untuk dapat memperjelas dan memperdalam apa itu yang dimaksud dengan komunikasi politik. McNair menjelaskan komunikasi politik sebagai berikut:

“Pertama, komunikasi politik adalah semua bentuk komunikasi yang dilakukan oleh aktor-aktor politik dengan untuk mencapai tujuan khusus. Kedua, komunikasi yang ditujukan pada politikus oleh non – politikus seperti pemilih dan kolumnis surat kabar. Ketiga, komunikasi politik adalah komunikasi tentang politisi dan aktivitasnya seperti yang ada di berita – berita, editorial, dan bentuk – bentuk diskusi lain tentang politik”.

Dari pemahaman McNair tersebut maka kita dapat melihat bahwa titik berat definisi atau penjelasan tersebut terletak pada aktor politik serta pesan yang disampaikan. Artinya komunikasi politik adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh aktor politik kepada politisi maupun non – politisi melalui segala bentuk aktivitas komunikasi bahkan pada tataran aktivitas sang aktor politik guna mencapai sebuah tujuan – tujuan khusus.

Sebagai cara bagi aktor politik untuk melakukan penyampaian pesan politis kepada khalayak, tentunya aktivitas komunikasi politik memiliki tujuan – tujuan tersendiri. Tujuan dari komunikasi politik itu sendiri dapat dibagi menjadi dua, yaitu tujuan yang bersifat politis dan tujuan yang bersifat praktis. Tujuan politis di sini biasanya bersifat implisit dan terdapat kepentingan politisi di dalamnya, dan tujuan praktis biasanya lebih menekankan manfaat – manfaat praktis untuk pemerintah sebagai sebuah lembaga dan khalayak sebagai sebuah kelompok

masyarakat. Salah satu tujuan politis dari sebuah aktivitas komunikasi politik dan menjadi fokus pada penelitian ini nantinya ialah citra politik. Citra politik merupakan satu dari tiga tujuan politis yang disampaikan oleh Ardial (2010) di dalam bukunya yang berjudul “*Komunikasi Politik*”.

Dewasa ini, kata citra politik bukan menjadi sebuah kata asing lagi di tengah kehidupan masyarakat. Citra politik dari seorang aktor politik seakan menjadi sebuah kata yang dapat dengan mudah dipahami oleh masyarakat. Menurut Ardial (2010:45) citra politik adalah suatu gambaran akan politik yang dapat dipahami pada konteks kekuasaan, kewenangan, otoritas, konflik, serta konsensus yang mana makna tersebut tidak selamanya sesuai dengan realitas politik yang terjadi atau sebenarnya. Citra politik juga dapat kita pahami sebagai sebuah konsekuensi dari manifestasi aktivitas atau kegiatan politik yang dilakukan oleh aktor politik baik pada konteks individu atau personal dan pada konteks organisasi seperti partai politik maupun lembaga pemerintahan. Karena citra politik merupakan sebuah gambaran yang dimiliki oleh seseorang atas aktor politik atau suatu peristiwa politik tertentu, maka citra politik memiliki potensi besar untuk mengalami perubahan. Dari hal tersebut, citra politik dapat dikatakan sebagai suatu hal yang bersifat dinamis, tergantung pada tingkat pengetahuan politik serta sosialisasi politik yang didapat seseorang atas aktor politik atau peristiwa politik tertentu.

Citra juga menjadi sebuah panduan seseorang dalam bersikap dan berperilaku. Ini membuktikan bahwa sebagai suatu hal yang berada pada level kognisi, citra sangat mempengaruhi pandangan seseorang dan perilaku seseorang. Ruslan (2007, hal. 75) menjelaskan bahwa sebagai sebuah hal yang berada pada

tingkat kognisi, citra tidak dapat diukur secara matematis melainkan dapat dirasakan dari sebuah hasil penilaian baik atau buruk seperti dengan munculnya rasa hormat, kesukaan atau ketidaksukaan, hingga kesan – kesan lainnya. Karena citra akhirnya menjadi sebuah hal yang sangat berpotensi mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang, maka citra dalam konteks ini ialah citra politik dipandang menjadi sebuah hal penting untuk aktor politik.

Menurut Nimmo dalam Ardial (2010:45-46) setidaknya terdapat tiga kegunaan dari sebuah citra politik yang muncul akibat dari aktivitas komunikasi politik oleh para politisi yang menjadikannya menjadi satu hal yang perlu diperhatikan dewasa ini. Pertama terkait pemahaman pada sebuah peristiwa politik di mana citra politik dapat memberikan sebuah gambaran terkait hal tersebut, kedua tentang rasa kesukaan dan ketidak sukaan umum kepada citra seseorang yang mana citra politik dapat memberikan sebuah penilaian terhadap sebuah objek politik tertentu, dan ketiga terkait citra diri seseorang dalam cara menghubungkan diri dengan orang lain. Selain itu, citra politik juga memiliki korelasi kuat dengan tingkat kepercayaan dan kepuasan yang mana hal tersebut sangat berpengaruh pada dukungan, kesetiaan atau loyalitas, kemauan hingga pengakuan publik pada aktor politik di dalam menjalankan praktik – praktik politiknya. Namun tidak hanya berhenti di situ saja, citra politik juga dapat digunakan untuk melihat bagaimana elektabilitas yang dimiliki seseorang atau organisasi politik tertentu di dalam kontestasi politik seperti pemilihan umum.

Di dalam mencapai tujuan komunikasi politik, khususnya pada konteks citra politik, maka seorang aktor politik membutuhkan sebuah alat atau saluran untuk

melakukan distribusi pesan kepada khalayaknya. Alat atau saluran tersebut dinamakan media. Media merupakan satu hal yang tentu tidak dapat dipisahkan di dalam sebuah proses rantai komunikasi, tidak terkecuali pada konteks komunikasi politik. Media menjadi perumpaan sebagai jembatan atau perpanjangan indra manusia. Peran penting media pada konteks komunikasi khususnya politik juga disampaikan atau ditegaskan oleh Junaedi (2013:70) yang menyatakan bahwa.

“Tanpa media proses komunikasi politik tidak dapat berlangsung. Tanpa ada media aktivitas yang dilakukan oleh para aktor politik tidak akan diketahui oleh khalayak, padahal dalam era komunikasi politik kontemporer, aktor politik harus dikenal oleh publik”.

Sehingga kesuksesan dalam mencapai tujuan komunikasi politik tidak hanya terletak pada aktor politik dan kualitas pesan yang disampaikan tetapi juga pada media atau saluran komunikasi apa yang digunakan sebagai saluran pendistribusian pesan kepada khalayaknya.

Apabila dahulu aktor politik hanya mengenal media – media tradisional seperti televisi, radio, surat kabar bahkan poster sebagai saluran komunikasi politik mereka, dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi maka saat ini aktor – aktor politik diberikan pilihan media alternative yang dapat dikendalikan atau dikelola secara mandiri yaitu media – media yang berbasis internet atau sering disebut dengan media baru dan produk turunannya berupa media sosial. Media baru yang menyamarkan atau menghilangkan jarak ruang dan waktu serta tidak adanya proses *gate keeping* seperti media konvensional sehingga tidak ada campur tangan kepentingan media, menjadikan media jenis ini menjadi tren yang disukai oleh banyak orang tidak terkecuali bagi aktor politik di negeri ini. Di Indonesia, berdasarkan *survey* yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyedia Jasa Internet

Indonesia) (2016) jumlah pengguna internet di negeri ini mencapai 132,7 juta atau 51,7% terhadap jumlah populasi yang mencapai 256,2 juta jiwa. Angka tersebut meningkat drastis dalam kurun waktu dua tahun di mana pada tahun 2014 APJII mencatat terdapat 34,9% dari populasi. Dari ratusan juta pengguna internet di negeri ini, kelompok usia muda lah yang paling mendominasi apabila dibanding kelompok usia lain. Pada hasil survey APJII di tahun 2016, sebanyak 29,2% pengguna internet di dominasi pengguna usia 35 – 44 tahun, disusul 24,4% (25 – 34 tahun), 18,4% (10 – 24 tahun), 18% (45 – 54), dan 10% (>55 tahun).

Salah satu aktor politik yang tentu menjalankan aktivitas komunikasi politik pada kegiatan hariannya guna untuk mencapai tujuan – tujuan komunikasi politik yang bersifat praktis maupun politik dengan memanfaatkan media baru yang cukup baik ialah Presiden Jokowi Widodo (selanjutnya disebut Presiden Jokowi). Presiden Jokowi merupakan salah satu aktor politik yang dikenal sebagai aktor yang menjalankan aktivitas komunikasi politik yang baik dan intens serta telah memanfaatkan media baru sebagai saluran komunikasinya. Sebagai seorang tokoh politik dan pejabat publik yang menduduki posisi tertinggi pada sistem pemerintahan, tentu aktivitas komunikasi politik merupakan kegiatan politik utama yang tidak dapat dipisahkan pada setiap agenda hariannya. Guna mendukung kelancaran aktivitas komunikasi politik sang presiden di dalam mencapai tujuan praktis maupun politis, presiden telah cukup baik memanfaatkan keberadaan media khususnya pada konteks ini ialah media baru dan produk turunannya yaitu media sosial. Tercatat hingga saat ini, Presiden Jokowi memiliki kurang lebih lima media

yang berbasis pada media baru, yaitu *official website*, Facebook, Twitter, Instagram dan Youtube yang digunakan untuk menjadi jembatan informasi.

Salah satu media sosial yang cukup sering menjadi viral ialah media sosial Youtube milik Presiden Jokowi dengan nama *channel* “Presiden Joko Widodo”, sejak diluncurkannya pada 06 Mei 2016 tercatat kurang lebih terdapat 276 postingan video dengan jumlah *subscribers* mencapai 419.227 dan total penayangan lebih dari 17.737.752 kali penayangan. Berbeda dengan cara komunikasi politik presiden pendahulunya, kini Presiden Jokowi mencoba menggunakan Youtube *channel* sebagai salah satu saluran komunikasi untuk dapat lebih menjangkau khalayak (*warganet*) yang masuk ke dalam golongan atau kelompok muda. Hal tersebut seperti yang pernah di sampaikan oleh Presiden Jokowi, yang dikutip dari laman *online* Republika (2017, April 26) yang mana Presiden Jokowi menggunakan Vlog (*video blog*) pada Youtube untuk menjadi cara beliau berkomunikasi dengan anak muda di dalam menyampaikan program kerja pemerintah.

Selain sebagai saluran komunikasi politik yang bertujuan untuk penyampaian *progress* kerja, kebijakan dan informasi lainnya terkait pelaksanaan dan capaian pemerintah, tentunya tujuan politis juga menjadi salah satu agenda yang ingin didapatkan oleh Presiden Jokowi melalui pemanfaatan Youtube sebagai salah satu saluran komunikasi politik beliau. Salah satunya tentu ialah untuk mendapatkan citra politik yang positif dari khalayak atau *warganet* pengguna dan pengakses *platform* Youtube. Citra politik positif merupakan suatu hal yang penting bagi Presiden Jokowi sebagai seorang tokoh politik dan pejabat publik. Seperti yang

telah disebutkan sebelumnya, bahwa citra politik positif akan memiliki korelasi kuat terhadap rasa kesukaan khalayak pada aktor politik (Presiden Jokowi) selain akan menciptakan rasa kepercayaan dan kepuasan yang berpengaruh pada dukungan, kesetiaan atau loyalitas, kemauan dan pengakuan publik hingga tingkat elektabilitas politik. Sehingga hal – hal tersebut akan sangat berdampak pada bagaimana masa pemerintahan presiden dapat berjalan dengan baik dan memiliki peluang terpilih pada kontestasi politik di 2019.

Sesuai dengan judulnya yaitu Citra Politik Presiden Jokowi Dalam Youtube Channel Melalui Aktivitas Vlog (Analisis Isi Deskriptif Pada *Feedback Netizen* Di Kolom Komentar *Playlist* Kabar Kerja) pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana citra politik Presiden Jokowi yang timbul atau muncul dari aktivitas komunikasi politik melalui Vlog-nya di platform media sosial Youtube berdasarkan *feedback* yang diberikan oleh netizen. Peneliti akan mengambil sampel komentar netizen di kolom komentar pada tiap unggahan video Presiden Jokowi di *playlist* Kabar Kerja. Berdasarkan hasil *pre- research* yang telah peneliti lakukan pada 27 Oktober 2017, peneliti masih menemukan beberapa komentar negatif yang tidak sedikit jumlahnya di hampir tiap video unggahan sang Presiden walaupun sebagai aktor politik Presiden Jokowi telah dengan baik memanfaatkan keberadaan media sosial sebagai saluran komunikasi politiknya . Hal tersebut tentu menjadi suatu permasalahan yang harus diperhatikan karena pada konteks pencapaian citra politik yang positif di mana citra merupakan hal yang dinamis, maka hal – hal tersebut akan berpotensi sebagai sebuah hambatan di dalam mencapai tujuan khususnya politis yaitu citra politik positif Presiden Jokowi. Karena sebagai

seorang Presiden pada periode pertama, Jokowi masih memiliki kesempatan besar untuk dapat menjadi calon presiden di periode kedua. Dengan begitu, citra politik menjadi satu hal yang penting, sebab seperti yang telah disebutkan sebelumnya citra akan sangat berpengaruh dengan berbagai aspek seperti kepercayaan, kesetiaan, hingga dukungan serta elektabilitas yang dapat dijadikan senjata pada kontestasi politik di pemilihan presiden 2019.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana citra politik Presiden Jokowi melalui aktivitas *Vlog* di Youtube pada *playlist* “Kabar Kerja”?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui citra politik Presiden Jokowi melalui aktivitas *Vlog* di Youtube pada *playlist* “Kabar Kerja”.

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian tentang penggunaan media sosial khususnya Youtube di dalam konteks citra politik pada aktor – aktor politik.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi dasar atau referensi bagi aktor – aktor politik guna menentukan strategi komunikasi politiknya untuk citra politiknya yang positif dalam menghadapi kontestasi politik di era digital seperti saat ini.

E. Kerangka Teori

A. Komunikasi Politik

Komunikasi politik merupakan sebuah kajian atau konsep yang telah lama ada dan terus mengalami perkembangan serta perubahan seiring berjalannya waktu. Sebelum peneliti memberikan telaah tentang pemahaman komunikasi politik, peneliti akan memberikan telaah terkait konsep gabungan yang membentuk pemahaman tentang komunikasi politik. Komunikasi politik merupakan sebuah kajian atau konsep gabungan yang disusun atas ilmu komunikasi dan ilmu politik sehingga membentuk apa yang disebut komunikasi politik. Untuk memahaminya, maka perlu dipahami terlebih dahulu tentang komunikasi dan politik.

I. Komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah aktivitas yang tidak dapat lagi dihindari oleh setiap individu pada kehidupan sehari – hari. Setiap apa yang dilakukan seseorang akan sangat berpotensi menimbulkan sebuah aktivitas komunikasi, hal tersebut disebabkan karena komunikasi tidak berbicara tentang aktivitas verbal saja melainkan aktivitas non – verbal dapat dimaknai sebagai sebuah aktivitas komunikasi. Aktivitas komunikasi juga merupakan aktivitas penting. Hal tersebut karena melalui komunikasi yang dilakukan oleh individu atau kelompok maka dapat menciptakan sebuah pemenuhan baik pemenuhan kebutuhan primer seperti sandang, papan, dan pangan ataupun pemenuhan kebutuhan sekunder seperti pemenuhan pada konteks psikologis seperti memupuk relasi dan sosialisasi juga dapat dipenuhi atau dicapai melalui aktivitas komunikasi. Hal itu sama seperti yang diutarakan oleh Mulyana (2013:16)

“Kita perlu dan harus berkomunikasi dengan orang lain untuk memenuhi kebutuhan biologis kita seperti makan dan minum., dan memenuhi kebutuhan psikologis kita seperti sukses dan kebahagiaan”.

Komunikasi merupakan sebuah kajian yang telah lama berkembang. Komunikasi dapat dipahami melalui definisi yang diberikan oleh Harold Laswell dalam Mulyana (2013:69) yang mendefinisikan komunikasi seperti berikut,

“Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?” (Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana?)”

atau deifinisi yang merujuk pada pemahaman yang diberikan oleh Mary B. Cassata dan Molefi K. Asante dalam Mulyana (2013:69) yang menyatakan bahwa,

“komunikasi adalah proses transmisi informasi yang bertujuan untuk mempengaruhi khalayak”.

Di dalam komunikasi, setidaknya terdapat beberapa fungsi yang menjadikan mengapa manusia melakukan komunikasi atau mengapa manusia membutuhkannya di dalam sebuah kehidupan. Salah satu fungsi yang memiliki relevansi terhadap komunikasi politik ialah fungsi komunikasi sebagai sebuah instrumental. berbicara mengenai komunikasi politik maka akan sangat erat kaitannya dengan aktivitas untuk mempengaruhi maka komunikasi sebagai sebuah alat menjadi penting di sini. Menurut Mulyana (2013, hal. 33) fungsi instrumental setidaknya memiliki berbagai tujuan seperti untuk memberikan informasi kepada komunikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap serta keyakinan dan mengubah perilaku atau menggerakkan sebuah tindakan hingga menjadi sebuah hiburan.

Selain itu, Mulyana lebih lanjut juga menjelaskan bahwa pada fungsi ini komunikasi juga dapat disebut sebagai sebuah alat persuasif. Komunikasi

dikatakan menjadi alat untuk menerangkan atau memberitahu (*to inform*) yang mana pembicara menginginkan komunikannya percaya dengan pesan yang disampaikan, bahkan komunikasi juga menjadi sebuah alat atau cara untuk menghibur (*to entertain*) yang mana dapat secara tidak langsung membujuk khalayak untuk melupakan permasalahan mereka. Pada fungsi ini, komunikasi pun juga menjadi sebuah instrumen untuk mencapai sebuah jangka panjang dan jangka pendek bagi kepentingan pribadi ataupun pekerjaan.

II. Politik

Unsur kedua pembentuk komunikasi politik tidak lain ialah politik itu sendiri. Politik merupakan sebuah kata yang tidak asing atau sering kita dengar tiap saat. Politik merupakan suatu unsur yang tidak dapat lepas pada kehidupan kita sehari – hari. Hal itu karena politik menjadi sebuah nilai aturan yang mempengaruhi hampir di seluruh sendi kehidupan manusia pada suatu sistem sosial atau kelompok sosial tertentu. Sejatinya politik dapat kita pahami melalui pernyataan yang diungkapkan oleh Budiardjo (2010) dalam Junaedi (2013:22) politik diartikan sebagai sebuah usaha sekelompok orang di dalam sebuah kelompok masyarakat yang bertujuan untuk mencapai atau memenuhi akan kondisi kehidupan yang lebih baik. Selain itu, pemahaman politik lainnya yang mungkin dapat memperjelas makna atau maksud dari politik itu sendiri dapat kita telaah dari pernyataan Hague dalam Junaedi (2013:23) yang mana dia menjelaskan politik ialah,

“kegiatan yang menyangkut cara bagaimana kelompok – kelompok mencapai keputusan – keputusan yang bersifat kolektif dan mengikat melalui usaha untuk mendamaikan perbedaan – perbedaan di anggota – anggotanya”.

pemahaman tersebut secara sederhana dapat kita pahami sebagai berikut, politik merupakan sebuah usaha di dalam kelompok masyarakat yang menciptakan sebuah nilai atau aturan yang bersifat kolektif dan mengikat bagi setiap anggotanya, nilai atau aturan tersebut diciptakan semata – mata untuk menyelesaikan suatu konflik atau mendamaikan perbedaan – perbedaan di diri setiap anggotanya.

Sebagai suatu hal yang erat kaitannya dengan pengaruh, maka untuk meyakinkan anggota di dalam kelompok sosial tertentu patuh dan tunduk pada aturan atau nilai yang akhirnya menjadi pedoman, maka dibutuhkan aktivitas komunikasi di dalamnya. Komunikasi sebagai salah satu unsur penting pada aktivitas politik merupakan hal kunci di dalam pencapaian tujuan politik, hal ini dipertegas dengan pemahaman yang diberikan oleh Ardial (2009:24) terkait kegiatan politik, disitu disebutkan bahwa kegiatan politik merupakan bentuk kegiatan penyampaian pesan oleh komunikator (dalam konteks ini aktor politik, aktivitas maupun professional) kepada khalayak. Penjelasan lain terkait kegiatan politik juga datang dari penjelasan Nimmo (1999) dalam Ardial (2009:25) yang menyebutkan setidaknya terdapat dua kegiatan untuk melihat sebuah aktivitas komunikasi politik, yaitu:

“Pertama, meyakinkan dan membangkitkan massa, kedua, otoritas sosial, ketiga, ungkapan pribadi, dan keempat. diskusi publik”.

III. Komunikasi Politik

Setelah dapat memahami kedua esensi dari komunikasi dan politik yang merupakan unsur dasar dari konsep komunikasi politik, maka kita dapat menjelaskan secara detail tentang apa itu sebenarnya komunikasi politik. Merujuk

dari pemahaman tentang komunikasi politik yang dikemukakan oleh Lord Windleshan dalam Junaedi (2013:24) yang menyebutkan bahwa,

“Komunikasi politik adalah penyampaian pesan politik dari pengirim ke penerima dengan penekanan pada membuat penerima menerima apa yang disampaikan oleh pengirim dan menolak dari pihak lain”.

Pengertian lain dari komunikasi politik juga datang dari Brian McNair dalam Junaedi (2013:25-26) di mana pengertian ini membagi pemahaman tentang komunikasi politik ke dalam tiga kategori, yaitu:

“Pertama, komunikasi politik adalah semua bentuk komunikasi yang dilakukan oleh aktor – aktor politik dengan untuk mencapai tujuan khusus. Kedua, komunikasi yang ditujukan politikus oleh non – politikus seperti penulis dan kolonnis surat kabar. Ketiga, komunikasi politik ialah komunikasi tentang politisi dan aktivitasnya seperti yang ada di berita – berita, editorial, dan bentuk – bentuk diskusi lain tentang politik”.

Dari dua pemahaman yang dijelaskan oleh para ahli di atas, maka secara sederhana dan singkat kita dapat memahami komunikasi politik ialah sebuah kegiatan politik yang dilakukan oleh aktor politik baik individu maupun kelompok, serta masyarakat biasa (dalam kaitannya dengan pemilu) yang menyampaikan pesan politis guna mencapai atau mendapatkan tujuan politis tertentu. Tujuan tersebut seperti yang telah disebutkan pada latar belakang, setidaknya terdapat dua hal yaitu praktis dan politis.

Tujuan praktis Heryanto dan Rumaru (2013:11) juga menerangkan bahwa pada konteks praktis, aktivitas komunikasi politik memiliki posisi penting di dalam:

1. Komunikasi politik dapat dijadikan sebagai sebuah teknik penyerahan sebuah tuntutan serta dukungan yang dipandang seperti *input* di dalam sistem politik, misalnya dalam rangka artikulasi kepentingan.
2. Komunikasi politik juga digunakan sebagai sebuah penghubung atau jembatan informasi antara pemerintah dengan rakyat, yang mana bertujuan sebagai mobilisasi sosial untuk implementasi hubungan, mendapatkan dukungan, kepatuhan dan integritas politik. Selain itu, aktivitas komunikasi politik juga dapat dijadikan alat atau cara untuk mendapatkan umpan balik atau *feedback* atas sejumlah *out put* (kebijakan) yang dikeluarkan oleh pemerintah.
3. Komunikasi politik juga berfungsi sebagai alat sosialisasi politik kepada warga negara atau rakyat.
4. Komunikasi politik juga bisa memberikan sebuah ancaman (*coertion*) yang ditujukan untuk mendapatkan kepatuhan sebelum alat paksa digunakan untuk mendapatkan kepatuhan tersebut.
5. Komunikasi politik juga dapat mengkoordinasikan sebuah tata nilai politik yang diinginkan atau yang menjadi tujuan, yang mana melalui hal tersebut dapat tercapai sebuah tingkat homogenitas yang relative tinggi. Homogenitas nilai – nilai politik tersebut sangat mempengaruhi pada aspek stabilitas politik.
6. Sebuah idealisasi sosial dan keseimbangan politik dapat dicapai pula melalui aktivitas komunikasi politik yang dijalankan oleh akto politik baik individu yang memiliki pengaruh pada jajaran pemerintahan atau kelompok yang dapat direpresentasikan melalui lembaga negara dan partai politik.

Selain tujuan praktis seperti yang diungkapkan oleh Heryanto dan Rumaru terkait fungsi atau tujuan mengapa aktor politik melakukan aktivitas komunikasi politik, terdapat tujuan politis yang biasanya bersifat implisit atau tidak diutarakan secara gamblang di depan khalayak. Salah satu tujuan politis dari aktivitas komunikasi politik menurut Ardial (2010, hal. 45) ialah citra politik. Citra politik diartikan Ardial merupakan sebuah gambaran akan politik yang dapat dipahami pada konteks kekuasaan, kewenangan, otoritas, konflik serta konsensus yang mana makna tersebut tidak selamanya sesuai dengan realitas politik yang terjadi atau sebenarnya.

Guna mencapai tujuan dari sebuah aktivitas komunikasi politik yang dilakukan oleh aktor politik. Terdapat beberapa metode yang biasa digunakan oleh aktor politik saat melakukan penyampaian pesan politik kepada khalayak. Menurut Ardial (2010, hal. 93 – 94) setidaknya terdapat empat metode yang biasa digunakan di dalam aktivitas komunikasi politik, yaitu.

i. Metode Informatif

Metode pertama yang dijelaskan oleh Ardial ialah metode atau cara komunikasi politik yang bersifat informative. Artinya pesan yang disampaikan oleh aktor politik merupakan pesan politik yang mengandung fakta dan taya yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Pada metode ini, Ardial menjelaskan bahwa sedikitnya terdapat dua fungsi, yaitu [1] memberikan sebuah fakta semata – mata, serta yang kontroversial, dan [2] pesan yang disampaikan dapat menuntun atau menggiring ke arah tertentu. Metode atau cara ini, memberikan khalayak

untuk menilai, menimbang, serta mengambil sebuah keputusan berdasarkan hasil pemikiran yang sehat.

ii. Metode Persuasif

Mempengaruhi dan dipengaruhi merupakan satu hal yang akan selalu terjadi di dalam kehidupan berpolitik. Hal tersebut hanya di dapatkan melalui jalinan komunikasi yang dibangun. Metode persuasif merupakan salah satu bentuk atau cara di dalam aktivitas komunikasi politik yang tidak jarang digunakan oleh seorang aktor politik guna mempengaruhi khalayak. Pada penjelasannya, metode ini mengisyaratkan akan dugaan pada jalan pikiran terutama perasaan khalayak. Metode ini juga merupakan satu cara yang mana khalayak tidak diberi kesempatan untuk berpikir secara kritis bahkan jika diperlukan khalayak tersebut dipengaruhi secara tidak sadar atau ter-sugesti. Sugesti di sini diartikan sebagai sebuah proses mental dari hasil penerimaan yang tidak kritis dan diwujudkan ke dalam perbuatan dan kepercayaan yang dipengaruhi orang lain.

iii. Metode Edukatif

Metode edukatif merupakan cara yang digunakan oleh aktor politik di dalam penyampaian pesan politiknya yang berisikan pendapat, fakta serta pengalaman si aktor politik. Metode ini juga bisa dikatakan sebagai sebuah cara untuk memberikan nilai pendidikan melalui pesan – pesan yang disampaikan, yang mana isi pesan tentu dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Maka dengan tujuan mendidik, metode ini harus dilakukan oleh seorang aktor politik secara konsisten dan akan memakan waktu yang cukup lama.

iv. Metode Kursif

Metode terakhir yang dijelaskan oleh Ardial ialah, metode kursif. Metode atau cara komunikasi politik ini merupakan sebuah cara yang melibatkan unsur ancaman baik verbal maupun non – verbal dengan menggunakan alat paksa untuk mempengaruhi khalayak menuju ke kondisi perubahan sikap dan perilaku tertentu sesuai dengan tujuan komunikator. Biasanya, bentuk dari metode komunikasi politik kursif diwujudkan ke dalam peraturan, perintah, intimidasi dan lain sebagainya.

Aktivitas komunikasi politik sendiri memiliki beberapa unsur penyusun sama halnya dengan aktivitas komunikasi biasa. Menurut Cangara (2011:15 – 17) setidaknya terdapat tujuh unsur di dalam proses komunikasi politik, unsur – unsur tersebut ialah:

1. Komunikator politik (*source*)

Pada unsur ini, sumber atau komunikator politik merupakan mereka yang dapat memberi informasi tentang hal – hal yang mengandung makna atau bobot politik. Keberhasilan sumber atau komunikator sangat bergantung bagaimana aktor politik tersebut memiliki kredibilitas, daya tarik, kekuasaan, kepercayaan, dan keahlian.

2. Pesan politik (*message*)

Unsur ini ialah pernyataan, informasi, ilmu pengetahuan, hingga nasihat yang disampaikan baik secara tertulis maupun tidak tertulis, baik secara verbal maupun non – verbal, tersebutnya maupun terang – terangan, baik yang

disadari maupun tidak disadari yang isinya mengandung bobot politik. Pesan yang baik merupakan pesan yang memuat data dan bukti.

3. Saluran atau media politik (*channel*)

Unsur ini ialah alat atau sarana yang digunakan oleh komunikator dalam menyampaikan pesan politiknya. Atau unsur ini ialah sebuah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima.

4. Penerima (*receiver*)

Penerima merupakan pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk organisasi, instansi, departemen, partai, atau negara.

5. Pengaruh (*effect*)

Adalah sebuah efek yang ditimbulkan melalui pesan yang diterima oleh target. Biasanya pengaruh dapat dilihat melalui adanya perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan sebelum dan setelah menerima sebuah pesan. Pengaruh dapat terjadi pada tataran pengetahuan, sikap, dan perilaku.

6. Tanggapan balik (*feedback*)

Ada beberapa yang beranggapan bahwa tanggapan balik atau umpan balik merupakan salah satu dari bentuk pengaruh, namun terdapat perbedaan. Tidak selamanya pengaruh menciptakan atau membutuhkan sebuah tanggapan balik atau umpan balik yang diberikan komunikan kepada komunikator atas reaksi stimulus pesan.

7. Lingkungan

Faktor lain yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi adalah lingkungan. Faktor ini dapat digolongkan ke dalam empat macam yakni, lingkungan fisik, sosial budaya, psikologi, dan dimensi waktu. Lingkungan fisik menunjukkan bahwa komunikasi dapat terjadi apabila tidak adanya rintangan fisik. Lingkungan sosial menunjukkan faktor sosial budaya, ekonomi, dan politik yang bisa menjadi kendala terjadinya komunikasi. Lingkungan psikologis ialah pertimbangan kejiwaan yang digunakan dalam berkomunikasi. Terakhir, lingkungan dimensi waktu ialah kondisi yang tepat terkait waktu atau kondisi untuk melakukan komunikasi.

B. Citra Politik

Citra merupakan salah satu hal yang tentu tidak dapat dipisahkan di dalam kaitannya dengan politik, dewasa ini hampir semua aktor politik berlomba – lomba untuk mendapatkan citra yang positif dari publik. Aspek ini juga disebutkan oleh Ardial (2010) merupakan salah satu aspek yang menjadi tujuan di dalam aktivitas komunikasi politik yang dijalankan oleh seorang aktor politik. Citra sejatinya memiliki berbagai jenis seperti citra korporasi yang erat hubungannya dengan perusahaan, citra merek yang erat hubungannya dengan sebuah *brand* di benak pelanggan, hingga citra politik yang erat hubungannya dengan persepsi atas suatu peristiwa politik maupun aktor politik tertentu. Selain itu citra juga memiliki berbagai pemaknaan yang terus berkembang untuk memudahkan kita memahami apa itu citra. Salah satu pemahaman citra secara umum datang dari pernyataan

Kenneth E. Boulding (1957) dalam Ardial (2010, hal. 45) yang mana dijelaskan bahwa,

The image is built up as a result of all experience of the possessor of the image. (Citra dibentuk sebagai hasil dari pengetahuan masa lalu pemilik citra).

Artinya citra merupakan sebuah kesan yang terbentuk atas suatu pengalaman yang didapatkan oleh seseorang. Tidak jauh berbeda dengan definisi citra yang diutarakan oleh Boulding, Ardial (2010, hal. 45) mencoba menerangkan citra yang berkenaan dengan politik atau citra politik, yang mana penjelasan citra politik ini dapat dikatakan lebih jelas dan dalam. Citra politik dijelaskan sebagai berikut,

“gambaran tentang politik (kekuasaan, kewenangan, otoritas, konflik dan consensus) yang memiliki makna kendatipun tidak selamanya sesuai dengan realitas politik yang sebenarnya. Citra politik tersusun melalui kepercayaan, nilai dan pengharapan dalam bentuk pendapat pribadi yang selanjutnya dapat berkembang menjadi pendapat umum. Citra politik terbentuk berdasarkan informasi yang kita terima baik langsung maupun melalui media politik. Termasuk media massa yang bekerja untuk menyampaikan pesan politik yang umum dan actual”.

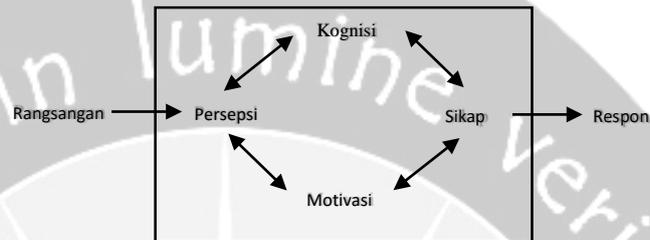
Dari pernyataan Ardial di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa citra politik merupakan sebuah hasil dari respon yang diterima publik atas suatu informasi politik yang mana respon tersebut diungkapkan melalui pendapat pribadi dan berpotensi menjadi pendapat umum yang tersusun oleh sistem kepercayaan, nilai dan pengharapan atas peristiwa ataupun aktor politik tertentu.

Sebagai sebuah hasil dari pengalaman ataupun informasi yang didapatkan oleh seseorang atas suatu hal, citra politik tidak begitu saja muncul. Artinya terdapat proses dari pembentukan sebuah citra itu sendiri sebelum akhirnya menghasilkan kesan, persepsi atau gambaran yang akan mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang tersebut. Soemirat dan Ardianto (2016, hal. 114 – 116) menjelaskan tentang proses pencitraan melalui gambar di bawah ini, ahli mencoba

menerangkan bagaimana sebuah citra muncul atau timbul dimulai dari seseorang menerima sebuah rangsangan.

Tabel 1 :

Proses Pencitraan Menurut Soemirat dan Ardianto



1. Persepsi

Hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan. Dengan kata lain individu akan memberikan makna terhadap rangsangan berdasarkan pengalamannya mengenai rangsang. Kemampuan mempersepsi itulah yang dapat melanjutkan proses pembentukan citra.

2. Kognisi

Suatu keyakinan individu terhadap stimulus. Keyakinan itu akan timbul apabila individu telah mengerti rangsangan itu sehingga individu harus diberikan informasi – informasi yang cukup yang dapat mempengaruhi perkembangan informasi.

3. Motif

Keadaan dalam individu yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan – kegiatan tertentu guna mencapai tujuan.

4. Sikap

Kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir dan merasa dalam menghadapi obyek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukanlah perilaku tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara – cara tertentu.

Citra sendiri memiliki beberapa kegunaan atau fungsi yang menjadikan mengapa citra politik menjadi salah satu aspek penting di kehidupan berpolitik kontemporer saat ini. Kegunaan citra politik tersebut coba dijelaskan oleh Nimmo dalam Ardial (2010, hal. 45 – 46) ke dalam tiga poin, yaitu:

- i. Citra politik dapat memberikan sebuah pemahaman tentang peristiwa tertentu.
- ii. Citra politik dapat memunculkan rasa kesukaan atau ketidaksukaan umum kepada citra seseorang tentang politik menyajikan dasar untuk menilai objek politik.
- iii. Citra politik dapat membantu citra diri seseorang dalam cara menghubungkan diri dengan orang lain.

C. Media baru

Media merupakan satu hal penting di dalam seluruh bentuk aktivitas komunikasi, seperti yang diungkapkan oleh Harold Lasweel dalam Mulyana (2013:69)

“Who Says What in Which Channel To Whom With What Effect (Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana”.

Penjelasan tersebut mempertegas fungsi, kegunaan dan pentingnya *channel* atau media sebagai salah satu komponen yang tidak bisa dipisahkan dalam aktivitas komunikasi sehari – hari bahkan bagi aktivitas komunikasi politik. Merujuk pernyataan McLuhan (1964) dalam Ardial (2010:161) yang mengatakan bahwa media memegang peranan penting di dalam aktivitas komunikasi politik, hal tersebut dimaknai bahwa media dapat menjadi perluasan alat indra manusia, kehadiran media dalam komunikasi merupakan sebuah upaya untuk melakukan perpanjangan dari telinga dan mata.

Pada zaman dahulu, kegiatan politik atau aktivitas komunikasi politik mengenal media cetak sebagai saluran pendistribusian pesan seperti poster, *flyer*, surat kabar, dan lain sebagainya. Setelah itu media pun mulai berkembang seiring dengan penemuan – penemuan baru seperti media elektronik atau penyiaran (radio dan televisi). Tidak hanya berhenti di situ saja, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pun hingga saat ini berada di titik yang semakin modern dan canggih dengan adanya kemunculan media baru yang ditandai dengan adanya Internet.

Dikutip dari laman *Southeastern University Online Learning* (Diakses pada 2017, Oktober 06) mendefinisikan media baru sebagai media digital yang interaktif, menggabungkan komunikasi dua arah dan melibatkan beberapa bentuk komputasi. Lebih lanjut dijelaskan pula bahwa media baru dan media lama atau kita bisa sebut tradisional atau konvensional, memiliki beberapa perbedaan yang sangat terlihat. Perbedaan tersebut dapat dilihat dari sisi arus komunikasi yang

mana media baru lebih interaktif dibanding media lama atau konvensional. Selain itu pengguna media baru juga merupakan produsen dari konten pesan yang terkandung di dalamnya selain juga sebagai konsumen yang aktif dari konten tersebut.

Terdapat berbagai bentuk dari media baru yang kita kenal saat ini, dikutip dari laman *Southeastern University Online Learning* (Diakses pada 2017, Oktober 08) yang mana menyebutkan terdapat lima tipe atau bentuk dari media baru, yaitu:

1. *Blogs*

Blog merupakan sebuah bentuk awal dari media baru, walaupun *blog* merupakan bentuk awal dari media baru, dijelaskan di situ bahwa *blog* masih memiliki relevansi serta mengandung beberapa karakteristik dari media baru.

2. *Virtual Reality*

Virtual Reality atau VR merupakan sebuah teknologi yang mensimulasikan lingkungan bersama dengan kehadiran fisik pengguna dan pengalaman indrawi. Umumnya, pengguna mengalami kenyataan maya melalui headset khusus atau di layar komputer.

3. *Social Media*

Media sosial berpusat pada penciptaan, berbagi dan bertukar informasi, gagasan dan konten di jaringan online dan komunitas. Media interaktif yang sangat interaktif adalah bentuk media baru yang sangat bergantung pada partisipasi pengguna untuk memberi nilai.

4. *Online Newspaper*

Koran online dianggap media baru karena banyak alasan yang sama seperti blog. Koran online memadukan beberapa jenis media dan mudah diakses dan dicari. Pengguna juga dapat berinteraksi dengan beberapa surat kabar online melalui fitur komentar.

5. *Digital Game*

Permainan digital merupakan bagian dari budaya sehari – hari, ini telah dibingkai sedemikian rupa sejak awal untuk menciptakan sebuah kondisi yang menyenangkan. Melalui permainan digital, *users* dapat melakukan interaksi dengan fitur – fitur permainan digital yang telah disediakan seperti *chat* atau lainnya. Mereka juga membangun sebuah komunitas tersendiri untuk menciptakan jaringan dengan hobi dan kesamaan yang sama di dunia maya.

D. Media sosial

Salah satu jenis atau tipe media baru yang telah disebutkan sebelumnya ialah media sosial. Media sosial merupakan sebuah *platform* yang mana pada saat ini terus mengalami sebuah perkembangan yang cukup drastis dan bahkan lebih jauh telah merubah pola komunikasi sehari – hari manusia. Menurut Health Research Institute (2012) dalam Wiley (2014:03) dijelaskan terkait pengertian media sosial, yaitu:

“media is the collection of websites web – based systems that allow for mass interaction, conversation, and sharing among members of a network”.

Sebagai sebuah jenis media yang tergolong baru, terdapat beberapa karakteristik yang dimiliki oleh media sosial yang berbeda apabila dibandingkan dengan media – media konvensional seperti TV, radio, hingga surat kabar. Setidaknya terdapat tujuh karakteristik yang dimiliki oleh media sosial seperti yang diungkapkan dan dijelaskan Ryan Dube seorang editor online yang memiliki konsen pada *software development*, *blogging* dan *SEO*, dan *investigative journalism* dalam (Diakses pada 2017, September 07) yaitu:

1. *User-based:*

Secara sederhana, media sosial sangat berbasis pada penggunanya. Artinya konten yang terdapat di dalamnya merupakan bentuk dari hasil penggunaannya. Sehingga setiap pengguna dapat dengan bebas menciptakan konten untuk dibagikan kepada pengguna lainnya. Pengguna mengisi jaringan dengan percakapan dan konten. Arah konten itu ditentukan oleh siapa saja yang ikut dalam diskusi. Inilah yang membuat jejaring sosial jadi lebih seru dan dinamis bagi pengguna internet.

2. *Interactive:*

Karakteristik lain dari media sosial ialah adanya iklim komunikasi atau pola komunikasi yang interaktif. Setiap pengguna dengan bebas melakukan chat dengan pengguna lain, bahkan lebih dari semenjak kemunculan game interaktif, chat pengguna semakin lebih seru dan menghibur.

3. *Community Driven:*

Jaringan sosial dibangun dan berkembang dari konsep komunitas. Ini berarti bahwa seperti komunitas atau kelompok sosial di seluruh dunia didasarkan pada kenyataan

bahwa anggotanya memiliki kepercayaan atau hobi yang sama, jaringan sosial didasarkan pada asas yang sama. Dalam sebagian besar jaringan sosial online modern saat ini, Anda akan menemukan sub-komunitas orang-orang yang memiliki kesamaan, seperti alumni SMA tertentu, atau kelompok kesejahteraan hewan. Anda tidak hanya dapat menemukan teman baru di dalam komunitas berbasis minat ini, namun Anda juga dapat berhubungan kembali dengan teman lama sehingga Anda kehilangan kontak dengan bertahun-tahun yang lalu.

4. *Relationship*

Berbeda dengan situs-situs masa lalu, jaringan sosial berkembang pada hubungan. Semakin banyak hubungan yang Anda miliki di dalam jaringan, semakin mapan Anda menuju pusat jaringan itu. Seperti konsep skema piramid yang paling banyak difokuskan, dalam jaringan sosial online, konsep tersebut benar-benar bekerja dengan cara yang ampuh. Bila Anda memiliki hanya 20 kontak dan Anda menerbitkan catatan atau pembaruan di halaman itu, konten tersebut berkembang biak di jaringan kontak dan sub-kontak yang jauh lebih besar daripada yang mungkin Anda sadari.

5. *Emotion Over Content*

Karakteristik unik lain dari jejaring sosial adalah faktor emosional. Sementara situs web di masa lalu difokuskan terutama untuk memberikan informasi kepada pengunjung, jaringan sosial tersebut benar-benar memberi pengguna keamanan emosional dan perasaan bahwa apa pun yang terjadi, teman mereka mudah dijangkau.

Kondisi sekarang yang mana dapat dilihat dari perkembangan dan pertumbuhan pengguna secara signifikan, menjadikan media jenis ini menjadi *trend* di seluruh kalangan baik pada tataran individu, kelompok, hingga organisasi. *Trend* tersebut juga menjadikan media sosial sebagai salah satu media alternatif yang efektif dan efisien di dalam penyampaian pesan maupun interaksi komunikasi yang hendak dibangun antar penggunanya. Hal itu tentu juga berlaku pada konteks kegiatan politik, ditunjukkan dengan semakin banyaknya para aktor politik baik individu maupun kelompok yang memanfaatkan media sosial guna menjangkau simpatisan, kader dan publik secara luas.

Selain itu, media sosial sebagai saluran komunikasi yang saat ini menjadi trend dan pilihan banyak aktor politik guna menunjang aktivitas komunikasi politiknya, memiliki berbagai manfaat. Dikutip dari situs web www.campaignon.com (2013, Mei 15) disebutkan terdapat enam manfaat media sosial guna menunjang kegiatan politik, yaitu:

1. *Reach*

Manfaat ini berkenaan dengan jangkauan. Artinya melalui pemanfaatan media sosial, maka aktor politik akan dimudahkan untuk dapat menjangkau khalayak secara lebih luas dengan waktu yang singkat. Hal ini mengingat bahwa pertumbuhan pengguna media sosial juga terus mengalaih signifikansi.

2. *Engagement*

Berbeda dengan media konvensional seperti TV, radio ataupun media cetak, media sosial dapat memberikan kesempatan bagi aktor politik secara aktif terlibat untuk berinteraksi dengan khalayaknya. Artinya, seperti karakteristik media sosial, maka

melalui pemanfaatan media sosial para aktor politik dapat membuka sebuah ruang diskusi publik.

3. *Share Ideas and Goals*

Melalui pemanfaatan media sosial sebagai saluran komunikasi politik dewasa ini, aktor politik juga akan mendapatkan sebuah manfaat bahwa penggunaan jenis media ini memungkinkan para aktor tersebut untuk dapat berbagi keyakinan, tujuan, dan prestasi kepada khalayak secara langsung. Selain itu juga, hal ini akan membuat khalayak seolah – olah terlibat secara langsung di dalam sebuah aktivitas politik.

4. *Behind – the – scene*

Media sosial memungkinkan *followers* untuk melihat aktivitas sang aktor politik dibalik kegiatan komunikasi politiknya.

5. *Turn Digital Followers Into Votes*

Media sosial dapat digunakan untuk membangun sebuah satu komunitas digital yang besar bagi seorang aktor politik, yang mana komunitas tersebut dapat dimanfaatkan untuk diubah menjadi pendukung atau pemberi suara dikala pemilihan umum berlangsung.

6. *Analytics*

Media sosial memungkinkan seorang aktor politik untuk melakukan *tracking* terkait tingkat *engagement* mereka dengan khalayak atau publiknya.

E. Youtube

Pada penelitian ini, peneliti memilih jenis media sosial yaitu Youtube. Sebagai salah satu *platform* media sosial, saat ini Youtube merupakan salah satu

media yang menjadi pilihan banyak netizen di dalam mengakses dan membuat konten berupa video atau *audio visual content*. Youtube sendiri merupakan media sosial *video sharing* yang memungkinkan *users* atau pengguna serta pengakses dapat membuat atau *creating content* serta membagikannya kepada *users* lainnya sehingga dapat ditonton atau dikonsumsi secara massif.

Sebagai *platform* media sosial yang berbasis *video sharing* seperti yang disebutkan sebelumnya, konten audio visual berupa video merupakan jiwa atau roh dari saluran media ini. Komunikasi audio visual telah lama dipercaya bahwa jenis komunikasi ini memiliki tingkat efektivitas yang tinggi dibanding jenis komunikasi lainnya seperti teks yang dapat mengacaukan penerimaan pemaknaan sebuah pesan karena adanya keterbatasan faktor di dalamnya. Kekuatan komunikasi audio visual khususnya di dalam tujuan untuk mempersuasi atau memberikan tingkat pemahaman yang lebih tinggi pada konteks pemaknaan pesan oleh publik atau khalayak juga dipertegas dari kutipan laman online Chron (Diakses pada 2018, januari 01) yang menjelaskan beberapa kelebihan dari komunikasi audio visual (AV), yaitu:

1. *Clarity* (Kejelasan)

Kelebihan pertama dari komunikasi AV adalah kejelasan. Ketika kita mengirim email atau menulis surat, kita tahu jenis nada dan mood yang digunakan dalam surat tersebut, namun hal tersebut bisa berbeda dengan pemaknaan atau pemahaman yang didapatkan oleh komunikan. Komunikasi audio visual memungkinkan kedua belah pihak untuk mengamati ekspresi wajah dan isyarat, mendengar nada dan infleksi dalam suara dan menggunakan isyarat audio dan visual untuk mengklarifikasi

makna dan posisi masing-masing. Sehingga hal tersebut akan sama dengan komunikasi langsung pada aktivitas komunikasi harian.

2. *Speed* (Kecepatan)

Apabila dahulu untuk menyebarkan suatu pesan dengan target khalayak yang besar membutuhkan waktu lama dengan metode WOM (*worth of mouth*) maka apabila dibandingkan saat ini, dengan bantuan jenis komunikasi AV kita dapat menyebarkan sebuah pesan dengan target khalayak yang besar dengan waktu yang sangat cepat melalui video yang kita posting di media sosial. Kecepatan inilah yang menjadikan jenis komunikasi AV lebih efektif di dalam persebaran sebuah pesan tertentu.

3. *Retention* (Penyimpanan)

Kelebihan ketiga dari komunikasi AV ialah terkait penyimpanan. Maksud dari penyimpanan di sini adalah masa ingatan yang dimiliki oleh seseorang atas suatu paparan pesan yang diterimanya. Apabila sebuah presentasi lisan dapat memberikan sekitar 10% masa ingatan di dalam otak manusia dan komunikasi visual hanya sebesar 35%, maka dengan komunikasi AV seseorang akan lebih lama untuk mengingat pesan yang disampaikan oleh seorang komunikator hingga kurang lebih 65%, hal tersebut berdasarkan pada hasil studi Departemen Tenaga Kerja Amerika.

4. *Media*

Penambahan jenis komunikasi AV pada presentasi atau metode komunikasi seseorang, akan memberikan sebuah pengalaman multimedia yang baik. Dengan

begitu, maka seorang komunikator dapat dengan mudah menarik perhatian dari target komunikasi yang dibidik.

Youtube sebagai media sosial yang sekali lagi menitikberatkan jiwanya pada konten audio visual (AV) maka dapat dikatakan memiliki efektivitas lebih baik dibanding media sosial lainnya yang biasanya terbatas pada konten teks, audio, ataupun visual saja. Youtube mencoba menggabungkan semuanya sehingga membentuk konten yang lebih menarik, konten yang lebih jelas, mudah dan lama untuk diingat serta berkecepatan tinggi pada konteks persebaran pesannya.

F. Kerangka Konsep

Berdasarkan kerangka teori yang telah disusun sebelumnya oleh peneliti, maka peneliti membuat sebuah kerangka konsep yang nantinya akan menjelaskan terkait konseptual penelitian. Kerangka konsep yang disusun ini meliputi komunikasi politik, citra politik, media baru khususnya media sosial (Youtube).

1) Komunikasi Politik

Komunikasi politik merupakan kegiatan politik yang tidak dapat dipisahkan di dalam kehidupan aktor politik. Hal ini sangat dibutuhkan guna mendukung fungsi politik atau peran politik serta tujuan dari seorang aktor politik. Pemahaman komunikasi politik yang peneliti gunakan pada penelitian ini merujuk pada definisi yang diutarakan oleh Brian McNair dalam Junaedi (2013:25-26) yang mana pengertian tersebut terbagi ke dalam tiga kategori, yaitu:

“Pertama, komunikasi politik adalah semua bentuk komunikasi yang dilakukan oleh aktor – aktor politik dengan untuk mencapai tujuan khusus. Kedua, komunikasi yang ditujukan politikus oleh non – politikus seperti penulis dan kolomnis surat kabar. Ketiga, komunikasi politik ialah komunikasi tentang politisi dan aktivitasnya seperti yang ada di berita – berita, editorial, dan bentuk – bentuk diskusi lain tentang politik”.

Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh peneliti pada Youtube *channel* Presiden Jokowi khususnya di *playlist* Kabar Kerja, maka peneliti menyimpulkan bahwa kegiatan politik yang memanfaatkan media sosial yaitu Youtube yang dilakukan oleh Presiden Jokowi dapat dikategorikan sebagai aktivitas komunikasi politik. Hal tersebut berdasarkan, [1] aktor politik jelas ada pada kegiatan tersebut yaitu Presiden Jokowi, [2] terkait khalayak yang dalam konteks ini ialah *netizen* (bisa politisi ataupun non – politisi) dan [3] pesan berupa pesan politik atau aktivitas politik presiden di tiap agenda yang dilakukannya yang dimuat pada video unggahannya.

Di dalam proses komunikasi politik seperti halnya komunikasi umumnya, terdapat beberapa unsur pembentuk. Pada penelitian ini, komponen atau unsur komunikasi politik yang akan dijadikan unit analisis oleh peneliti ialah **sumber komunikasi politik**. Sumber komunikasi politik menurut Cangara (2011, hal. 15 – 17) merupakan mereka yang dapat memberi informasi tentang hal – hal yang mengandung makna atau bobot politik. Keberhasilan sumber atau komunikator sangat bergantung bagaimana aktor politik tersebut memiliki kredibilitas, daya tarik, kekuasaan, kepercayaan, dan keahlian. Penelitian ini nantinya akan berfokus pada komentar atau *feedback* yang diberikan oleh *netizen* di kolom komentar pada tiap unggahan video Presiden Jokowi di *playlist* “Kabar Kerja”. Komentar pada penelitian merujuk pemaknaan Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring (Diakses pada, 28 Januari 2018), yang dimaknai sebagai sebuah ulasan atau sebuah tanggapan atas suatu berita, pidato, dan sebagainya yang bertujuan untuk menerangkan atau menjelaskan.

Pada kajian komunikasi politik dikenal adanya metode penyampaian yang biasa dilakukan oleh aktor politik guna mencapai tujuan dari aktivitas komunikasi politik. Metode tersebut seperti yang dijelaskan oleh Ardial (2010, hal. 93 – 94) yang meliputi:

i. Metode Informatif

Metode pertama yang dijelaskan oleh Ardial ialah metode atau cara komunikasi politik yang bersifat informative. Artinya pesan yang disampaikan oleh aktor politik merupakan pesan politik yang mengandung fakta dan data yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Pada metode ini, Ardial menjelaskan bahwa sedikitnya terdapat dua fungsi, yaitu [1] memberikan sebuah fakta semata – mata, serta yang kontroversial, dan [2] pesan yang disampaikan dapat menuntun atau menggiring ke arah tertentu. Metode atau cara ini, memberikan khalayak untuk menilai, menimbang, serta mengambil sebuah keputusan berdasarkan hasil pemikiran yang sehat.

ii. Metode Persuasif

Mempengaruhi dan dipengaruhi merupakan satu hal yang akan selalu terjadi di dalam kehidupan berpolitik. Hal tersebut hanya di dapatkan melalui jalinan komunikasi yang dibangun. Metode persuasif merupakan salah satu bentuk atau cara di dalam aktivitas komunikasi politik yang tidak jarang digunakan oleh seorang aktor politik guna mempengaruhi khalayak. Pada penjelasannya, metode ini mengisyaratkan akan dugaan pada jalan pikiran terutama perasaan khalayak. Metode ini juga merupakan satu cara yang mana khalayak tidak diberi kesempatan

untuk berpikir secara kritis bahkan jika diperlukan khalayak tersebut dipengaruhi secara tidak sadar atau ter-sugesti. Sugesti di sini diartikan sebagai sebuah proses mental dari hasil penerimaan yang tidak kritis dan diwujudkan ke dalam perbuatan dan kepercayaan yang dipengaruhi orang lain.

iii. Metode Edukatif

Metode edukatif merupakan cara yang digunakan oleh aktor politik di dalam penyampaian pesan politiknya yang berisikan pendapat, fakta serta pengalaman si aktor politik. Metode ini juga bisa dikatakan sebagai sebuah cara untuk memberikan nilai pendidikan melalui pesan – pesan yang disampaikan, yang mana isi pesan tentu dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Maka dengan tujuan mendidik, metode ini harus dilakukan oleh seorang aktor politik secara konsisten dan akan memakan waktu yang cukup lama.

iv. Metode Kursif

Metode terakhir yang dijelaskan oleh Ardial ialah, metode kursif. Metode atau cara komunikasi politik ini merupakan sebuah cara yang melibatkan unsur ancaman baik verbal maupun non – verbal dengan menggunakan alat paksa untuk mempengaruhi khalayak menuju ke kondisi perubahan sikap dan perilaku tertentu sesuai dengan tujuan komunikator. Biasanya, bentuk dari metode komunikasi politik kursif diwujudkan ke dalam peraturan, perintah, intimidasi dan lain sebagainya.

Berdasarkan analisis peneliti di Youtube *channel* Presiden Jokowi pada *playlist* “Kabar Kerja”, peneliti menemukan bahwa pada aktivitas komunikasi

politiknya, Presiden Jokowi merupakan aktor yang menggunakan empat metode tersebut pada saat penyampaian pesan. Beberapa contohnya seperti metode informatif yang dapat dilihat dari salah satu pernyataan beliau di video dengan judul “Kabar Kerja 13 September 2017 – Kunjungan Ke Singapura” pada menit ke 2:24 – 2:41 yang menyatakan bahwa Indonesia pada hasil *survey* yang dilakukan oleh OECD menempati *ranking* pertama kategori *Terms of Public Trust and Confidence in the Government*. Selain itu juga ada metode persuasif yang dapat dilihat melalui salah satu pernyataan presiden di video unggahan dengan judul “Kabar Kerja Oktober 2017 – Jawa Tengah dan Bali” pada menit ke 2:06 – 2:13 yang menyatakan bahwa seluruh dana di dalam Kartu Indonesia Pintar harus digunakan untuk keperluan yang berhubungan dengan sekolah.

2) Citra Politik

Tentu sebagai sebuah alat penyampaian pesan, komunikasi politik memiliki tujuan dan bukan aktivitas tanpa tujuan. Pada penelitian ini, fokus peneliti nantinya akan melihat bagaimana citra politik Presiden Jokowi yang muncul dari aktivitas komunikasi politiknya di Youtube. Pemaknaan citra politik yang digunakan pada penelitian ini oleh peneliti ialah definisi dari Ardial (2010:45 – 61) yang menjelaskan citra politik sebagai berikut:

“Gambaran tentang politik (kekuasaan, kewenangan, otoritas, konflik dan consensus) yang memiliki makna kendatipun tidak selamanya sesuai dengan realitas politik yang sebenarnya. Citra politik tersusun melalui kepercayaan, nilai dan pengharapan dalam bentuk pendapat pribadi yang selanjutnya dapat berkembang menjadi pendapat umum. Citra politik terbentuk berdasarkan informasi yang kita terima baik langsung maupun melalui media politik. Termasuk media massa yang bekerja untuk menyampaikan pesan politik yang umum dan actual”.

Sejatinya, citra politik memiliki beberapa kegunaan atau manfaat yang menjadikan hal tersebut menjadi suatu perihal penting bagi aktor politik di masa sekarang. Menurut Nimmo dalam Ardial (2010:45-46) setidaknya terdapat tiga kegunaan citra politik, namun pada penelitian ini peneliti hanya akan fokus pada manfaat citra terkait rasa suka dan ketidaksukaan seseorang. Nimmo menjelaskan mengenai hal tersebut bahwa,

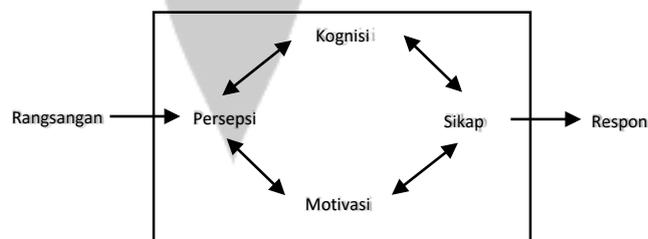
“Citra politik dapat memunculkan rasa kesukaan atau ketidaksukaan umum kepada citra seseorang tentang politik dan menyajikan dasar untuk menilai objek politik”.

Citra politik baik positif maupun negatif juga dapat memberikan sebuah gambaran atau prediksi akan elektabilitas yang dimiliki oleh seorang aktor politik.

Selain itu, sebagai sebuah kesan yang muncul atas suatu informasi atau pesan tertentu, citra bukanlah sesuatu yang tiba – tiba ada. Citra juga memiliki proses yang disebut sebagai proses pencitraan. Proses pencitraan pada penelitian ini diambil dari penjelasan yang dijelaskan oleh Soemirat dan Ardianto (2016. 114 – 116) yang mana secara ringkas menjelaskan melalui gambar berikut:

Tabel 1 :

Proses Pencitraan Menurut Soemirat



Adapun keterangan yang diberikan oleh Soemirat dan Ardianto atas gambaran proses sebuah pencitraan tersebut ialah:

1. Persepsi

Hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan. Dengan kata lain individu akan memberikan makna terhadap rangsangan berdasarkan pengalamannya mengenai rangsang. Kemampuan mempersepsi itulah yang dapat melanjutkan proses pembentukan citra.

2. Kognisi

Suatu keyakinan individu terhadap stimulus. Keyakinan itu akan timbul apabila individu telah mengerti rangsangan itu sehingga individu harus diberikan informasi – informasi yang cukup yang dapat mempengaruhi perkembangan informasi.

3. Motif

Keadaan dalam individu yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan – kegiatan tertentu guna mencapai tujuan.

4. Sikap

Kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir dan merasa dalam menghadapi obyek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukanlah perilaku tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara – cara tertentu.

3) Media Baru

Aktivitas komunikasi politik akan berhasil mencapai apa yang menjadi tujuan dari aktor politik atau komunikatornya tentunya tidak akan terlepas dari peran media yang menjadi saluran distribusi atas pesan politik yang disampaikan. Pada penelitian ini, media yang menjadi fokus ialah media baru. Media baru dipilih karena media ini merupakan alternatif media yang saat ini digemari bahkan di kalangan politisi Indonesia.

Pemaknaan media baru yang digunakan pada penelitian ini ialah definisi media baru yang dikeluarkan oleh *Southeastern University Online Learning* (Diakses pada 2017, Oktober 06) yaitu media baru sebagai media digital yang interaktif, menggabungkan komunikasi dua arah dan melibatkan beberapa bentuk komputasi. Lebih lanjut dijelaskan pula bahwa media baru dan media lama atau kita bisa sebut tradisional atau konvensional, memiliki beberapa perbedaan yang sangat terlihat. Perbedaan tersebut dapat dilihat dari beberapa karakteristik yang dimiliki oleh media baru dan tidak dimiliki oleh media lama atau media tradisional/konvensional seperti arus komunikasi yang dibangun di dua media tersebut. Media baru lebih menekankan sebuah arus komunikasi dua arah yang menjadi jantung atau jiwa dari kehidupannya, hal itu berbanding terbalik dengan media tradisional/konvensional yang lebih dominan pada arus komunikasi linear.

Terdapat beberapa jenis dari media baru menurut laman *Southeastern University Online Learning* (Diakses pada 2017, Oktober 08) yang mana pada penelitian ini jenis media baru yang mejadi fokus peneliti ialah *social media* atau media sosial. Dijelaskan lebih lanjut bahwa, media sosial ialah media yang

berpusat pada penciptaan, berbagi dan bertukar informasi, gagasan dan konten di jaringan online dan komunitas. Media interaktif yang sangat interaktif adalah bentuk media baru yang sangat bergantung pada partisipasi pengguna untuk memberi nilai.

4) Media Sosial

Salah satu jenis atau tipe media baru yang telah disebutkan sebelumnya ialah media sosial. Media sosial merupakan sebuah *platform* yang mana pada saat ini terus mengalami sebuah perkembangan yang cukup drastis dan bahkan lebih jauh telah merubah pola komunikasi sehari – hari manusia tidak terkecuali pada konteks aktivitas komunikasi politik. Pengertian media sosial yang digunakan pada penelitian ini, merujuk dari pengertian yang dikemukakan oleh Health Research Institute (2012) dalam Wiley (2014:03) yang menjelaskan bahwa:

“media is the collection of websites web – based systems that allow for mass interaction, conversation, and sharing among members of a network”.

Sebagai sebuah media alternative yang saat ini menjadi tren ataupun menjadi *platform* kegemaran netter, media sosial memiliki perbedaan dibanding media tradisional/konvensional. Perbedaan tersebut tersebut dapat dilihat dari beberapa karakteristik yang dimiliki oleh media sosial seperti yang dijelaskan oleh Ryan Dube seorang editor online yang memiliki konsen pada *software development*, *blogging* dan *SEO*, dan *investigative journalism* dalam (Diakses pada 2017, September 07). Karakteristik tersebut meliputi:

1. ***User-based:***

Secara sederhana, media sosial sangat berbasis pada penggunanya. Artinya konten yang terdapat di dalamnya merupakan bentuk dari hasil penggunaannya. Sehingga setiap pengguna dapat dengan bebas menciptakan konten untuk dibagikan kepada pengguna lainnya. Pengguna mengisi jaringan dengan percakapan dan konten. Arah konten itu ditentukan oleh siapa saja yang ikut dalam diskusi. Inilah yang membuat jejaring sosial jadi lebih seru dan dinamis bagi pengguna internet.

2. ***Interactive:***

Karakteristik lain dari media sosial ialah adanya iklim komunikasi atau pola komunikasi yang interaktif. Setiap pengguna dengan bebas melakukan chat dengan pengguna lain, bahkan lebih dari semenjak kemunculan game interaktif, chat pengguna semakin lebih seru dan menghibur.

3. ***Community Driven:***

Jaringan sosial dibangun dan berkembang dari konsep komunitas. Ini berarti bahwa seperti komunitas atau kelompok sosial di seluruh dunia didasarkan pada kenyataan bahwa anggotanya memiliki kepercayaan atau hobi yang sama, jaringan sosial didasarkan pada asas yang sama. Dalam sebagian besar jaringan sosial online modern saat ini, Anda akan menemukan sub-komunitas orang-orang yang memiliki kesamaan, seperti alumni SMA tertentu, atau kelompok kesejahteraan hewan. Anda tidak hanya dapat menemukan teman baru di dalam komunitas berbasis minat ini, namun Anda juga dapat

berhubungan kembali dengan teman lama sehingga Anda kehilangan kontak dengan bertahun-tahun yang lalu.

4. ***Relationship***

Berbeda dengan situs-situs masa lalu, jaringan sosial berkembang pada hubungan. Semakin banyak hubungan yang Anda miliki di dalam jaringan, semakin mapan Anda menuju pusat jaringan itu. Seperti konsep skema piramid yang paling banyak difokuskan, dalam jaringan sosial online, konsep tersebut benar-benar bekerja dengan cara yang ampuh. Bila Anda memiliki hanya 20 kontak dan Anda menerbitkan catatan atau pembaruan di halaman itu, konten tersebut berkembang biak di jaringan kontak dan sub-kontak yang jauh lebih besar daripada yang mungkin Anda sadari.

5. ***Emotion Over Content***

Karakteristik unik lain dari jejaring sosial adalah faktor emosional. Sementara situs web di masa lalu difokuskan terutama untuk memberikan informasi kepada pengunjung, jaringan sosial tersebut benar-benar memberi pengguna keamanan emosional dan perasaan bahwa apa pun yang terjadi, teman mereka mudah dijangkau.

Selain karakteristik tersebut, pada penelitian ini peneliti juga menggunakan konsep terkait manfaat media sosial bagi seorang aktor politik dalam konteks aktivitas komunikasi politik. Dikutip dari situs web www.campaignon.com (2013, Mei 15) disebutkan terdapat enam manfaat media sosial guna menunjang kegiatan politik, yaitu:

1. ***Reach***

Manfaat ini berkenaan dengan jangkauan. Artinya melalui pemanfaatan media sosial, maka aktor politik akan dimudahkan untuk dapat menjangkau khalayak secara lebih luas dengan waktu yang singkat. Hal ini mengingat bahwa pertumbuhan pengguna media sosial juga terus mengalami signifikansi.

2. ***Engagement***

Berbeda dengan media konvensional seperti TV, radio ataupun media cetak, media sosial dapat memberikan kesempatan bagi aktor politik secara aktif terlibat untuk berinteraksi dengan khalayaknya. Artinya, seperti karakteristik media sosial, maka melalui pemanfaatan media sosial para aktor politik dapat membuka sebuah ruang diskusi publik.

3. ***Share Ideas and Goals***

Melalui pemanfaatan media sosial sebagai saluran komunikasi politik dewasa ini, aktor politik juga akan mendapatkan sebuah manfaat bahwa penggunaan jenis media ini memungkinkan para aktor tersebut untuk dapat berbagi keyakinan, tujuan, dan prestasi kepada khalayak secara langsung. Selain itu juga, hal ini akan membuat khalayak seolah – olah terlibat secara langsung di dalam sebuah aktivitas politik.

4. ***Behind – the – scene***

Media sosial memungkinkan *followers* untuk melihat aktivitas sang aktor politik dibalik kegiatan komunikasi politiknya.

5. *Turn Digital Followers Into Votes*

Media sosial dapat digunakan untuk membangun sebuah satu komunitas digital yang besar bagi seorang aktor politik, yang mana komunitas tersebut dapat dimanfaatkan untuk diubah menjadi pendukung atau pemberi suara dikala pemilihan umum berlangsung.

6. *Analytics*

Media sosial memungkinkan seorang aktor politik untuk melakukan *tracking* terkait tingkat *engagement* mereka dengan khalayak atau publiknya.

5) **Youtube**

Pada penelitian ini, peneliti memilih jenis media sosial yaitu Youtube. Sebagai salah satu *platform* media sosial, saat ini Youtube merupakan salah satu media yang menjadi pilihan banyak netizen di dalam mengakses dan membuat konten berupa video atau *audio visual content*. Youtube sendiri merupakan media sosial *video sharing* yang memungkinkan *users* atau pengguna serta pengakses dapat membuat atau *creating content* serta membagikannya kepada *users* lainnya sehingga dapat ditonton atau dikonsumsi secara massif.

Sebagai *platform* media sosial yang berbasis *video sharing* seperti yang disebutkan sebelumnya, konten audio visual berupa video merupakan jiwa atau roh dari saluran media ini. Komunikasi audio visual telah lama dipercaya bahwa jenis komunikasi ini memiliki tingkat efektivitas yang tinggi dibanding jenis komunikasi lainnya seperti teks yang dapat mengacaukan penerimaan pemaknaan sebuah pesan karena adanya keterbatasan faktor di dalamnya. Kekuatan komunikasi audio visual khususnya di dalam tujuan untuk mempersuasi atau memberikan tingkat

pemahaman yang lebih tinggi pada konteks pemaknaan pesan oleh publik atau khalayak juga dipertegas dari kutipan laman online Chron (Diakses pada 2018, januari 01) yang menjelaskan beberapa kelebihan dari komunikasi audio visual (AV), yaitu:

1. *Clarity* (Kejelasan)

Kelebihan pertama dari komunikasi AV adalah kejelasan. Ketika kita mengirim email atau menulis surat, kita tahu jenis nada dan mood yang digunakan dalam surat tersebut, namun hal tersebut bisa berbeda dengan pemaknaan atau pemahaman yang didapatkan oleh komunikan. Komunikasi audio visual memungkinkan kedua belah pihak untuk mengamati ekspresi wajah dan isyarat, mendengar nada dan infleksi dalam suara dan menggunakan isyarat audio dan visual untuk mengklarifikasi makna dan posisi masing-masing. Sehingga hal tersebut akan sama dengan komunikasi langsung pada aktivitas komunikasi harian.

2. *Speed* (Kecepatan)

Apabila dahulu untuk menyebarkan suatu pesan dengan target khalayak yang besar membutuhkan waktu lama dengan metode WOM (*worth of mouth*) maka apabila dibandingkan saat ini, dengan bantuan jenis komunikasi AV kita dapat menyebarkan sebuah pesan dengan target khalayak yang besar dengan waktu yang sangat cepat melalui video yang kita posting di media sosial. Kecepatan inilah yang menjadikan jenis komunikasi AV lebih efektif di dalam persebaran sebuah pesan tertentu.

3. *Retention* (Penyimpanan)

Kelebihan ketiga dari komunikasi AV ialah terkait penyimpanan. Maksud dari penyimpanan di sini adalah masa ingatan yang dimiliki oleh seseorang atas suatu paparan pesan yang diterimanya. Apabila sebuah presentasi lisan dapat memberikan sekitar 10% masa ingatan di dalam otak manusia dan komunikasi visual hanya sebesar 35%, maka dengan komunikasi AV seseorang akan lebih lama untuk mengingat pesan yang disampaikan oleh seorang komunikator hingga kurang lebih 65%, hal tersebut berdasarkan pada hasil studi Departemen Tenaga Kerja Amerika.

4. *Media*

Penambahan jenis komunikasi AV pada presentasi atau metode komunikasi seseorang, akan memberikan sebuah pengalaman multimedia yang baik. Dengan begitu, maka seorang komunikator dapat dengan mudah menarik perhatian dari target komunikasi yang dibidik.

Youtube sebagai media sosial yang sekali lagi menitikberatkan jiwanya pada konten audio visual (AV) maka dapat dikatakan memiliki efektivitas lebih baik dibanding media sosial lainnya yang biasanya terbatas pada konten teks, audio, ataupun visual saja. Youtube mencoba menggabungkan semuanya sehingga membentuk konten yang lebih menarik, konten yang lebih jelas, mudah dan lama untuk diingat serta berkecepatan tinggi pada konteks persebaran pesannya.

G. Definisi Operasional

Pada penelitian ini, peneliti menyusun sebuah operasional yang akan memberikan kemudahan peneliti di dalam melakukan analisis terhadap data

penelitian yang diambil, untuk memudahkannya peneliti mengambil satu komponen dari unsur pembentuk komunikasi politik menurut Cangara (2011), yaitu pada komponen sumber politik sebagai unit analisis di penelitian ini. Sumber politik di sini ialah Presiden Jokowi sebagai aktor politik yang menjalankan aktivitas komunikasi politik serta pesan politik. Adapun tabel unit analisis yang akan nantinya dipergunakan oleh peneliti sebagai berikut.

Tabel 2 :
Komponen Operasional

Unit Analisis	Keterangan
Sumber Politik	
Kredibilitas	Penyampai pesan dilihat atau dipandang dapat dipercaya atau tidak dapat dipercaya, berintegritas atau tidak berintegritas, transparan atau tidak transparan, dan mampu atau tidak mampu.
Daya tarik	Penyampai pesan dilihat atau dipandang memiliki sikap/perilaku serta penampilan sederhana atau tidak sederhana, sopan atau tidak sopan, dekat dengan masyarakat atau tidak dekat dengan masyarakat, <i>stylish</i> atau tidak

	<p><i>stylish</i>, atraktif/energik atau tidak atraktif/energik.</p>
Kekuasaan	<p>Penyampai pesan dilihat atau dipandang memiliki kewenangan atau tidak memiliki kewenangan,,memberikan arahan atau tidak memberikan arahan, memberikan instruksi atau tidak memberikan instruksi, melakukan intervensi atau tidak melakukan intervensi, dan menggunakan kekuasaan dengan baik atau melakukan penyalahgunaan kekuasaan.</p>
Kepercayaan	<p>Penyampai pesan dilihat atau dipandang dapat menepati janji atau tidak menepati janji, jujur atau tidak jujur, melakukan pemerataan pembangunan atau tidak melakukan pemerataan pembangunan, dapat meneruskan jabatan pada periode berikutnya atau tidak dapat meneruskan, dan amanah atau tidak amanah.</p>

Keahlian	Penyampai pesan dilihat atau dipandang memiliki wawasan atau tidak memiliki wawasan, berpengalaman atau tidak berpengalaman, ide bagus atau tidak memiliki ide bagus, kreatif atau monoton, dan berpikir strategis atau tidak berpikir strategis.
----------	---

Terdapat tiga kategori yang dirumuskan pada penelitian ini untuk melihat arah *feedback* audiens melalui komentar yang memiliki pengaruh terhadap citra politik Presiden Jokowi, yaitu:

1. Positif

Orientasi *feedback*/komentar mengarah positif apabila, secara eksplisit komentar mengandung inti pesan rasa suka atau senang, pujian, bangga, bahagia, dukungan, hingga doa baik.

2. Negatif

Orientasi *feedback*/komentar mengarah negatif apabila secara eksplisit komentar mengandung inti pesan rasa ketidaksukaan atau ketidak senangan terhadap personal dan kinerja, kritik, penghinaan, dan perbandingan dengan presiden/lawan politik sebelum/tertentu, pernyataan tidak mendukung, ujaran kebencian, dan cacian/makian.

3. Netral

Orientasi *feedback*/komentar mengarah pada kategori netral apabila bernada berimbang.

H. Metodologi Penelitian

a. Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menggambarkan suatu masalah yang dapat digeneralisasikan. Menurut Kriyantono (2008:55) penelitian kuantitatif merupakan sebuah penelitian yang dapat digeneralisasikan serta penelitian ini tidak terlalu mementingkan aspek kedalaman data melainkan di dalam penelitian ini aspek keluasan merupakan satu hal yang penting sehingga data atau hasil riset dapat menjadi representasi dari seluruh populasi.

b. Metode penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini ialah metode analisis isi deskripsi. Menurut Eriyanto (2011:47) analisis isi deskriptif ialah

“analisis isi yang dimaksudkan untuk menggambarkan secara detail suatu pesan, atau suatu teks tertentu”.

Lebih lanjut dijelaskan pula, bahwa pada desain atau penelitian analisis isi bukan ditujukan untuk membuktikan sebuah hipotesis atau suatu hubungan antar variabel, namun penelitian ini hanya untuk menjelaskan sebuah gambaran terkait aspek – aspek dan karakteristik dari suatu pesan.

Pada penelitian analisis isi, terdapat beberapa ciri seperti objektivitas. Maksud dari ciri ini, penelitian dilakukan tanpa adanya campur tangan dari peneliti dan mendapatkan gambaran dari suatu isi secara apa adanya. Penelitian menghilangkan bias, keberpihakan, atau kecenderungan tertentu dari peneliti.

Selain itu penelitian analisis isi ialah penelitian yang sistematis, menurut Riffe, Lacy dan Fico (1998) dalam Eriyanto (2011:18 – 19) artinya pada penelitian analisis ini, semua tahapan dan proses penelitian yang akan dirancang dan dilakukan oleh seorang peneliti haruslah dirumuskan secara jelas dan sistematis. Terdapat pula ciri ketiga yaitu replikabel, artinya penelitian dengan temuan tertentu dapat diulang dengan menghasilkan temuan yang sama pula. Analisis isi juga memiliki ciri *manifest* yaitu penelitian meneliti sesuatu yang tampak (manifest) dan yang tidak tampak (*latent*). Ciri terakhir ialah perangkuman, penelitian ditujukan untuk membuat perangkuman dan umumnya membuat gambaran umum karakteristik dari suatu isi/pesan.

I. Teknik Pengumpulan Data

Data primer dan data sekunder merupakan dua jenis data yang digunakan pada penelitian ini.

a. Data Primer

Data primer ialah data yang diperoleh secara langsung. Pada pengumpulan atau untuk memperoleh jenis data ini, peneliti akan menggunakan teknik dokumentasi pada *feedback* (komentar) yang diberikan *viewers* di beberapa video unggahan Presiden Jokowi yang telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti, yaitu

video yang masuk ke dalam *playlist* “Kabar Kerja”. Merujuk pada pernyataan Moleong (1990:161) yang menyatakan bahwa dokumen sudah lama digunakan di dalam penelitian sebagai sumber data karena dalam banyak hal dokumen sebagai sumber data dapat dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan. Maka data dokumentasi peneliti anggap dapat dipertanggung jawabkan sebagai salah satu data untuk menjawab masalah penelitian.

b. Data Sekunder

Pada penelitian ini, peneliti juga akan menggunakan data sekunder apabila ada untuk membantu peneliti di dalam menjawab masalah pada penelitian ini. Data sekunder dapat berupa artikel, *online news* atau bahkan buku yang memiliki keterkaitan dengan objek penelitian.

J. Sampling

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik sampling “*purposive sampling*”. Merujuk pemahaman Kriyantono (2006:158 – 159) *purposive sampling* merupakan teknik sampling yang mana peneliti melakukan pemilihan sumber data atau sampel melalui kualifikasi yang relevan terhadap sebuah tujuan dari penelitian tersebut, sedangkan sumber data yang tidak sesuai dengan kualifikasi atau kriteria yang ditentukan oleh peneliti maka sumber tersebut tidak masuk ke dalam sampel. Alasan mengapa peneliti menggunakan teknik *purposive* serta membuat kualifikasi untuk populasi yang ada karena tidak semua komentar yang ada pada kolom komentar di *channel* Youtube Presiden Jokowi (*playlist* kabar kerja) merupakan bentuk tanggapan atau ulasan yang terkait dengan sumber politik

dan terkait isi pesan yang terkandung di dalam video unggahan kabar kerja tersebut.

Adapun kualifikasi yang ditentukan oleh peneliti meliputi, [1] komentar merupakan tanggapan yang diberikan oleh *netizen* pada kolom komentar yang ada di tiap video unggahan Youtube *channel* Presiden Jokowi di *playlist* “Kabar Kerja”, dan [2] komentar merupakan ulasan atau tanggapan yang diberikan oleh *netizen* yang merupakan tanggapan terkait sumber politik (dalam artian di sini ialah Presiden Jokowi) baik dalam *tone* positif, negatif ataupun netral. Dari kualifikasi yang dilakukan, peneliti menemukan besaran jumlah populasi sampel mencapai 761 dari total jumlah sampel mentah sebesar 2.129 komentar dari delapan kolom komentar yang ada di tiap video unggahan pada *playlist* kabar kerja.

Pada penelitian ini, rumus yang digunakan di dalam menentukan jumlah besaran sampel ialah rumus Notoatmodjo (2005) yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + N(d^2)}$$

Ket :

n : besaran sampel

N : jumlah populasi

d : tingkat ketepatan / kepercayaan yang diinginkan (0,05)

Berdasarkan penghitungan sampel dengan menggunakan rumus di atas, apabila dimasukan ke dalam penelitian ini untuk mendapatkan besaran sampel maka seperti ini (pengambilan sampel pada, 10 Nov 2017 pukul. 15.27 WIB) :

$$N = \frac{761}{1 + 761 (0,05^2)}$$

$$n = \frac{761}{1 + 761 (0,0025)}$$

$$n = \frac{761}{2,9025} = 262,18 = \underline{\underline{262 \text{ Komentor}}}$$

Tabel 3 :

Sampel Penelitian

Judul Video	Perhitungan	Sampel
Kabar Kerja 16 Mei 2017 – Kunjungan Lintas Nusantara	$101/761 \times 262$	34,77 (35)
Kabar Kerja Mei 2017 – Kunjungan Ke Beijing	$77/761 \times 262$	26,50 (26)
Kabar Kerja Mei 2017 – Latihan Pasukan TNI di Natuna	$144/761 \times 262$	49,57 (50)

Kabar Kerja Juli 2017 – Kunjungan Ke Sumbar, Makasar, dan Balikpapan	83/761x262	28,57 (29)
Kabar Kerja Juli 2017 – Perayaan Hari Anak Nasional	100/761x262	34,42 (34)
Kabar Kerja Oktober 2017 – Jawa Tengah dan Bali	120/761x262	41,31 (41)
Kabar Kerja 13 September 2017 – Kunjungan ke Singapura	64/761x262	22,03 (22)
Kabar Kerja 10 Oktober 2017 – HUT TNI Ke – 72	72/761x262	24,78 (25)
Total Sampel		262

K. Coding

Pada penelitian ini, peneliti akan memilih dua orang *coder*. Adapun *coder* pada penelitian ini merupakan dua orang alumni mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta dengan latar belakang program studi Ilmu Komunikasi dan keduanya merupakan lulusan dari konsentrasi periklanan. *Coder* tersebut merupakan mahasiswi angkatan 2011 serta 2012, yang mana dengan mempertimbangkan *background* pendidikan keduanya peneliti yakin terhadap kompetensi yang dimiliki keduanya di dalam membantu peneliti untuk melakukan *coding* pada penelitian ini.

Nantinya kedua *coder* dari penelitian ini akan diberikan sebuah lembar *protocol* yang akan membantu *coder* di dalam melakukan *coding* pada sumber data

atau sampel yang ada. Selanjutnya coder akan mengisi lembar koding sesuai dengan hasil dari pengkodean yang merujuk pada protocol pengisian.

L. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan satu hal yang penting di dalam penelitian analisis isi, seperti yang diungkapkan oleh Kaplan dan Goldsen dalam Eriyanto (2011:282) bahwa,

Pentingnya realibilitas terletak pada jaminan yang diberikannya bahwa data yang diperoleh independen dari peristiwa, instrument, atau orang yang mengukurnya.

Terdapat beberapa jenis atau formula di dalam mengukur suatu realibilitas *coding sheet*. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan formula *percent agreement*. Formula pengukuran ini merupakan perhitungan yang sederhana, namun formula ini sering digunakan di dalam penelitian analisis isi. Eriyanto (2011:288) menjelaskan bahwa,

realibilitas dihitung dari berapa jumlah persetujuan (*agreement*) dibagi dengan jumlah sampel kasus yang dihitung.

Rumus tersebut seperti berikut:

$$\text{Realibilitas antar-coder} = \frac{A}{N}$$

Keterangan :

A = Jumlah Persetujuan

N = Jumlah Unit yang di Tes

Menurut Riffe dalam Eriyanto (2011:288) minimum angka reliabilitas yang dapat diterima adalah 0,80 atau 80%. Apabila angka reliabel tidak mencapai 0,8 maka dapat dikatakan bahwa itu tidak reliabel.

Atas dasar pada perhitungan dengan menggunakan formula *percent agreement* di penelitian ini yang telah dilakukan oleh peneliti, peneliti dapat menyimpulkan bahwa penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini merupakan penelitian yang reliabel dengan tingkatan reliabilitas yang kuat. Hal itu di dasarkan pada hasil perhitungan seperti yang ditunjukkan di tabel – tabel bawah ini sesuai dengan judul per video.

Tabel 4 :

Uji Reliabilitas (Percent Agreement) Coder 1 & 2
"Kabar Kerja 16 Mei - Lintas Nusantara"

Unit Analisis	Frekuensi			Unit Analisis	Frekuensi			S (Setuju) / TS (Tidak Setuju)
	Positif	Negatif	Netral		Positif	Negatif	Netral	
Kredibilitas	4	0	0	Kredibilitas	4	0	0	S
Daya Tarik	11	0	0	Daya Tarik	11	0	0	S
Kekuasaan	0	0	0	Kekuasaan	0	0	0	S
Kepercayaan	26	0	0	Kepercayaan	26	0	0	S
Keahlian	1	0	0	Keahlian	1	0	0	S
Jumlah	42	0	0	Jumlah	42	0	0	S = 5 , TS = 0, (5/5= 1 atau 100%)

* Angka Minimum Reliabilitas (Percent Agreement) 0,8/80%

Tabel 4.1 :

Uji Reliabilitas (Percent Agreement) Coder 1 & 2
"Kabar Kerja Mei 2017 - Kunjungan Ke Beijing"

Unit Analisis	Frekuensi			Unit Analisis	Frekuensi			S (Setuju) / TS (Tidak Setuju)
	Positif	Negatif	Netral		Positif	Negatif	Netral	
Kredibilitas	5	0	0	Kredibilitas	6	0	0	TS
Daya Tarik	2	0	0	Daya Tarik	2	0	0	S
Kekuasaan	0	0	1	Kekuasaan	0	0	1	S
Kepercayaan	22	1	1	Kepercayaan	22	1	1	S
Keahlian	0	0	0	Keahlian	0	0	0	S
Jumlah	29	1	2	Jumlah	30	1	2	S = 4 , TS = 1, (4/5= 0,8 atau 80%)

* Angka Minimum Reliabilitas (Percent Agreement) 0,8/80%

Tabel 4.2 :

Uji Reliabilitas (Percent Agreement) Coder 1 & 2
"Kabar Kerja Mei 2017 - Latihan Pasukan TNI di Natuna"

Unit Analisis	Frekuensi			Unit Analisis	Frekuensi			S (Setuju) / TS (Tidak Setuju)
	Positif	Negatif	Netral		Positif	Negatif	Netral	
Kredibilitas	18	1	0	Kredibilitas	18	1	0	S
Daya Tarik	13	0	0	Daya Tarik	14	0	0	TS
Kekuasaan	0	0	0	Kekuasaan	0	0	0	S
Kepercayaan	45	2	0	Kepercayaan	45	2	0	S
Keahlian	1	0	0	Keahlian	1	0	0	S
Jumlah	77	3	0	Jumlah	78	3	0	S = 4 , TS = 2 , (4/5= 0,8 atau 80%)

* Angka Minimum Reliabilitas (Percent Agreement) 0,8/80%

Tabel 4.3 :

Uji Reliabilitas (Percent Agreement) Coder 1 & 2
"Kabar Kerja Juli 2017 - Kunjungan Ke Sumba, Makassar & Balikpapan"

Unit Analisis	Frekuensi			Unit Analisis	Frekuensi			S (Setuju) / TS (Tidak Setuju)
	Positif	Negatif	Netral		Positif	Negatif	Netral	
Kredibilitas	8	0	0	Kredibilitas	11	0	0	TS
Daya Tarik	5	0	0	Daya Tarik	5	0	0	S
Kekuasaan	0	0	0	Kekuasaan	0	0	0	S
Kepercayaan	29	2	0	Kepercayaan	29	2	0	S
Keahlian	1	0	0	Keahlian	1	0	0	S
Jumlah	43	2	0	Jumlah	46	2	0	S = 4 , TS = 1 , (4/5= 0,8 atau 80%)

* Angka Minimum Reliabilitas (Percent Agreement) 0,8/80%

Tabel 4.4 :

Uji Reliabilitas (Percent Agreement) Coder 1 & 2
"Kabar Kerja Juli 2017 - Perayaan Hari Anak Nasional"

Unit Analisis	Frekuensi			Unit Analisis	Frekuensi			S (Setuju) / TS (Tidak Setuju)
	Positif	Negatif	Netral		Positif	Negatif	Netral	
Kredibilitas	10	1	0	Kredibilitas	10	1	0	S
Daya Tarik	5	0	0	Daya Tarik	5	0	0	S
Kekuasaan	0	0	0	Kekuasaan	0	0	0	S
Kepercayaan	31	2	0	Kepercayaan	31	2	0	S
Keahlian	1	0	0	Keahlian	1	0	0	S
Jumlah	47	3	0	Jumlah	47	3	0	S = 5 , TS = 0 , (5/5= 1 atau 100%)

* Angka Minimum Reliabilitas (Percent Agreement) 0,8/80%

Tabel 4.5 :

Uji Reliabilitas (Percent Agreement) Coder 1 & 2
"Kabar Kerja Oktober 2017 - Jawa Tengah dan Bali"

Unit Analisis	Frekuensi			Unit Analisis	Frekuensi			S (Setuju) / TS (Tidak Setuju)
	Positif	Negatif	Netral		Positif	Negatif	Netral	
Kredibilitas	7	0	0	Kredibilitas	7	0	0	S
Daya Tarik	8	0	0	Daya Tarik	8	0	0	s
Kekuasaan	0	0	0	Kekuasaan	0	0	0	S
Kepercayaan	39	1	0	Kepercayaan	39	1	0	s
Keahlian	1	0	0	Keahlian	1	0	0	S
Jumlah	55	1	0	Jumlah	55	1	0	S = 5 , TS = 0 , (5/5= 1 atau 100%)

* Angka Minimum Reliabilitas (Percent Agreement) 0,8/80%

Tabel 4.6 :

Uji Reliabilitas (Percent Agreement) Coder 1 & 2
Kabar Kerja 13 September 2017 - Kunjungan Ke Singapura

Unit Analisis	Frekuensi			Unit Analisis	Frekuensi			S (Setuju) / TS (Tidak Setuju)
	Positif	Negatif	Netral		Positif	Negatif	Netral	
Kredibilitas	5	0	1	Kredibilitas	5	0	1	S
Daya Tarik	3	0	0	Daya Tarik	3	0	0	S
Kekuasaan	0	0	0	Kekuasaan	0	0	0	S
Kepercayaan	18	1	0	Kepercayaan	18	1	0	S
Keahlian	0	0	0	Keahlian	0	0	0	S
Jumlah	26	1	1	Jumlah	26	1	1	S = 5 , TS = 0, (5/5= 1 atau 100%)

* Angka Minimum Reliabilitas (Percent Agreement) 0,8/80%

Tabel 4.7 :

Uji Reliabilitas (Percent Agreement) Coder 1 & 2
"Kabar Kerja 10 Oktober 2017 - HUT TNI Ke-72"

Unit Analisis	Frekuensi			Unit Analisis	Frekuensi			S (Setuju) / TS (Tidak Setuju)
	Positif	Negatif	Netral		Positif	Negatif	Netral	
Kredibilitas	7	0	0	Kredibilitas	7	0	0	S
Daya Tarik	2	0	0	Daya Tarik	2	0	0	S
Kekuasaan	0	0	0	Kekuasaan	0	0	0	S
Kepercayaan	19	0	1	Kepercayaan	19	0	1	S
Keahlian	0	0	0	Keahlian	0	0	0	S
Jumlah	28	0	1	Jumlah	28	0	1	S = 5 , TS = 0, (5/5= 1 atau 100%)

* Angka Minimum Reliabilitas (Percent Agreement) 0,8/80%

M. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan Tabel Frekuensi sebagai alat analisis data. Data yang telah diolah nantinya akan dimasukkan ke dalam tabel sesuai unit analisis yang telah ditentukan untuk selanjutnya diuraikan secara deskriptif. Tabel frekuensi juga akan menyertakan jumlah kumulatif, pada tabel kumulatif akan dibuat menjadi dua yaitu presentase untuk masing – masing kategori dan presentase secara kumulatif., ini dilakukan untuk nantinya mengetahui arah *feedback* atau komentar *viewers* dalam hal citra yang dimilikinya kepada Presiden Jokowi melalui aktivitas komunikasi politik yang dilakukannya pada Youtube *channel*-nya. Peneliti akan mengintegrasikan serta menarik kesimpulan atas penelitian yang dilakukan.

BAB II

DESKRIPSI OBJEK DAN WILAYAH PENELITIAN

A. Presiden Joko Widodo

Joko Widodo atau biasa disebut Jokowi merupakan salah satu tokoh politik serta publik yang penting dan menjadi sorotan di setiap aktivitas serta kinerjanya saat ini. Hal tersebut tentu tidak terlepas dari posisi atau jabatan politis yang dia emban sejak tahun 2014 sebagai seorang presiden. Pria kelahiran Surakarta, 21 Juni 1961 ini merupakan lulusan atau alumni Fakultas Kehutanan UGM dan juga merupakan seorang pengusaha sukses di bidang meubel. Sebagai seorang pengusaha, Jokowi ternyata juga memiliki sebuah ketertarikan khusus pada bidang atau kehidupan politik di negeri ini. Dikutip dari portal online Viva.co.id (n.d) berawal dari karir politiknya sebagai walikota Solo 2005 – 2010 dan 2010 – 2012 Jokowi terus mendapatkan penerimaan cukup baik di hati publik dan membawanya menuju jenjang popularitas politik yang positif. Hal tersebut tentu tidak terlepas dari kinerjanya yang baik saat menjadi walikota serta prestasi – prestasi yang cemerlang yang didapatkannya selama menjabat posisi tersebut, mulai dari menjadi Wali Kota no.3 Terbaik Dunia versi The City Mayors Foundation hingga masuk ke dalam nominasi *World Mayor* pada tahun 2012.

Lebih lanjut, popularitas yang tinggi tersebut membawa nama Jokowi digadang – gadang masuk ke dalam bursa calon gubernur pada pemilihan umum kepala daerah DKI Jakarta tahun politik 2012. Saat itu dirinya menerima tawaran partai untuk menjadi calon gubernur yang pada akhirnya disandingkan dengan Basuki Tjahja Purnama atau sering disebut Ahok. Popularitas dan strategi politik

yang cukup baik berupa strategi blusukan, berhasil meningkatkan elektabilitas Jokowi yang kala itu merupakan rival dari gubernur petahana Fauzi Bowo – Nachrowi Ramli. Strategi politik tersebut ternyata mendapatkan penerimaan dan simpati dari masyarakat DKI, ditambah popularitas yang telah didaparkannya selama menjabat walikota Solo yang akhirnya membawa Jokowi dan Ahok menjadi pemenang pemilihan gubernur DKI 2012 – 2014. Pada masa pemerintahannya, Jokowi juga mendapatkan banyak penghargaan atas capaian kinerjanya. Penghargaan - penghargaan tersebut antara lain dikutip dari Tribun Kaltim (2017, Oktober 13) dimulai dari keberhasilannya merevitalisasi waduk pulit, waduk ria rio dan pemindahan warga ke rusun, hingga melakukan *grounbreaking* pembangunan MRT (*mass rapid trainsit*) untuk menjadi salah satu pemecah masalah kemacetan atau kepadatan transportasi di jalan – jalan raya ibukota.

Namun karir politik Jokowi tidak hanya berhenti di situ saja, kecenderungan elektabilitas yang terus meningkat saat menjabat menjadi gubernur DKI Jakarta kala itu, menjadikan Jokowi menjadi salah satu calon yang dilirik partai PDIP untuk dapat dijadikan calon Presiden pada tahun politik 2014. Walaupun terbilang belum tuntas mengerjakan program pemerintahan kepala daerah DKI Jakarta, Jokowi mengukuhkan hati untuk menerima tawaran kembali dari PDIP di dalam calon bursa capres 2014 – 2019 yang disandingkan dengan Jusuf Kala. Melalui strategi politik yang baik dan cerdas serta berbeda, dengan lebih melakukan pola pendekatan kepada pemilih muda dan pemilih pemula serta pemanfaatan media baru yang baik dan juga citra politik/popularitas yang positif, menjadi bekal utama pasangan ini maju ke Pilpres 2014 saat itu. Pada akhirnya, bekal yang cukup kuat

tersebut mengantarkan Jokowi dan JK menjadi pemenang di dalam pemilihan presiden 2014 – 2019 mengalahkan pasangan lawan yaitu Prabowo dan Hatta Rajasa.

Melalui revolusi mental dan Nawacita yang digadang – gadang dalam pemerintahan lima tahun Presiden Jokowi, presiden telah dinilai banyak pihak cukup baik pada aspek pembangunan di berbagai bidang khususnya infrastruktur di tengah melemahnya laju ekonomi dalam negeri dan capaian lainnya. Sebagai sosok pemimpin, presiden juga dikenal sebagai seorang sosok yang memiliki *effort* kerja yang tinggi dibuktikan melalui monitoring langsung serta langkah nyata yang selama ini ia kerjakan. Selama dua tahun dimulai dari awal masa pemerintahannya, dikutip dari portal berita online liputan6.com (2016, Oktober 06) dibebaskan beberapa prestasi dua tahun masa pemerintahan Presiden Jokowi yang meliputi kestabilan politik pasca pilpres 2014 yang membagi partai – partai politik ke dalam dua kubu yaitu KIH (Koalisi Indonesia Hebat) dan KMP (Koalisi Merah Putih), penerapan program *tax amnesty* atau pengampunan pajak, hingga perencanaan dan implementasi program mega proyek dan percepatan pemerataan pembangunan melalui pembangunan infrastruktur seperti jalan raya, tol, pelabuhan dan bahkan bandara di beberapa daerah di Indonesia guna mendukung perkembangan laju ekonomi di tingkat regional maupun nasional.

Capaian – capaian yang terus didapatkan di dalam masa kinerja pemerintahannya dengan didukung jajaran pembantu yang mumpuni pada tingkat kementerian maupun lembaga negara lainnya, membawa Presiden Jokowi menjadi sosok politisi yang patut atau sangat diperhitungkan di kancah politik Indonesia

hingga saat ini. Sebagai seseorang yang baru pertama menjabat di posisi presiden, Presiden Jokowi masih memiliki kesempatan besar lagi untuk maju ke dalam bursa pemilihan presiden tahun 2019. Berdasarkan prestasi serta capaian yang cukup membanggakan saat ini, pantaslah apabila elektabilitas politik Presiden Jokowi berada di tingkat persentase yang cukup tinggi dibanding calon politik yang digadang – gadang akan menjadi rival pada Pilpres 2019 yaitu Prabowo Subianto. Dikutip dari kompas.com (2017, Oktober 21) elektabilitas pada september 2017 meningkat hingga 46,3% sedangkan Prabowo berada di 18,2%. Angka tersebut naik apabila dibandingkan dengan elektabilitas pada hasil survey di april 2017 yang mana Jokowi hanya mendapatkan tingkat elektabilitas sebesar 41,6% dan mengalami penurunan pada Prabowo yang saat itu mendapat 22,1%. Selain itu pada hasil survey april 2017, Jokowi mendapatkan 63,1% di dalam tingkat kepuasan kinerja dan angka itu meningkat di hasil survey september 2017 menjadi 70,8%.

B. Komunikasi Politik Presiden Joko Widodo

Sebagai sosok politisi serta sebagai seorang pemimpin negara dan pemerintah, tentu Presiden Jokowi tidak akan pernah bisa terlepas dari aktivitas atau kegiatan politik guna mendukung capaian atau tujuan – tujuan pemerintahan dan secara personalnya. Segala bentuk kegiatan politiknya tersebut, memiliki potensi besar untuk menciptakan sebuah komunikasi yang dapat disebut sebagai komunikasi politik dan pada hakikatnya komunikasi politik merupakan sebuah aktivitas yang tidak dapat tidak dilakukan oleh seorang presiden seperti Jokowi. Komunikasi politik Presiden Jokowi secara umum diwujudkan melalui berbagai cara salah satunya dengan publisitas dan memanfaatkan media konvensional

maupun media baru yang saat ini memang telah digunakan presiden dengan cukup baik.

Komunikasi politik Presiden Jokowi ini tentu ditujukan untuk beberapa fungsi praktis seperti menginformasikan kebijakan, rancangan pembangunan pemerintah, sikap pemerintah di dalam menanggapi sebuah isu atau peristiwa dan kinerja hingga capaian – capaian pemerintah di dalam menanggulangi berbagai masalah di negeri ini. Hal itu dapat dilihat melalui berbagai pernyataan pers nya di media – media konvensional dan pernyataan – pernyataan secara personal di media – media sosial presiden yang biasa dikemas melalui komunikasi teks, visual maupun audio visual.

Komunikasi politik yang dijalankan oleh Presiden Jokowi tentu tidak berhenti pada tujuan – tujuan praktis seperti yang telah disebutkan sebelumnya. Sebagai seorang tokoh politik, kepercayaan, dukungan, hingga kesan yang baik atas dirinya merupakan beberapa hal yang tentu menjadi perhatian oleh Presiden Jokowi. Melalui pengkomunikasian pesan politis yang selama ia jalankan, hal – hal tersebut akan pasti dapat didapatkan oleh sosok presiden guna mendukung posisinya sebagai seorang pejabat tinggi ataupun guna mendukung jalannya masa pemerintahan yang ia pimpin saat ini agar lancar untuk mencapai tujuan – tujuannya.

C. Youtube *channel* Presiden Jokowi

Salah satu saluran komunikasi atau media yang digunakan oleh Presiden Jokowi di dalam melakukan aktivitas komunikasi politiknya yang berbasis pada media baru (internet) ialah, Youtube. Terhitung sejak tanggal 06 Mei 2016, presiden secara resmi bergabung dan menggunakan Youtube sebagai salah satu

media atau *platform* di dalam mendukung aktivitas komunikasi politiknya. Hingga saat ini video yang diunggah pada *channel* Youtube Presiden Jokowi telah mencapai lebih dari 276 buah video. Pada *channel* Youtube ini pun, presiden telah mampu mencapai jumlah penayangan yang dapat dikatakan atau dikategorikan cukup tinggi. Adapun jumlah penayangan tersebut telah mencapai lebih dari 17.737.752 kali penayangan. Selain itu pada aspek *subscribers*, *channel* Youtube Presiden Jokowi hingga saat ini memiliki jumlah *subscribers* mencapai 419.227.

Seperti yang telah disebut – sebutkan sebelumnya, aktivitas komunikasi politik Presiden Jokowi sejatinya memiliki dua tujuan yang mana dua tujuan tersebut meliputi tujuan praktis dan tujuan politis (biasanya bersifat implisit). Tujuan praktis yang ingin dicapai di dalam aktivitas komunikasi politik Presiden Jokowi dengan memanfaatkan media sosial Youtube ialah untuk menginformasikan program kerja pemerintah, kebijakan dan hal lainnya yang bersifat praktis kepada khalayak luas khususnya pengguna Youtube. Hal tersebut sesuai dengan apa yang pernah dinyatakan presiden seperti yang dikutip dari laman *online* Republika (2017, April 26) menggunakan Vlog (*video blog*) pada Youtube merupakan cara untuk berkomunikasi dengan anak muda di dalam menyampaikan program kerja pemerintah. Disamping itu tujuan politis yang umumnya ingin dicapai di dalam aktivitas komunikasi politik oleh aktor politik (tidak terkecuali Presiden Jokowi) ialah menciptakan sebuah citra politik positif dengan mendorong terjadinya ruang diskusi opini publik yang positif pula sehingga akan berujung pada suatu sikap publik terkait dukungan politis berupa partisipasinya saat masa pemilihan Presiden.

Pada pemanfaatan Youtube menjadi saluran komunikasi guna mendukung aktivitas komunikasi politik presiden, Presiden Jokowi mengedepankan suatu konsep yang inovatif dan kreatif di dalam membungkus atau menyajikan pesan – pesan yang ingin disampaikan kepada target khalayak. Hal itu tentu sejalan dengan salah satu karakteristik media sosial tentang aspek inovasi dan juga kreatifitas yang mampu menjadi nilai tambah untuk efektivitas penggunaanya. Pada hasil survey yang dilakukan oleh peneliti, peneliti menilai bahwa terdapat beberapa hal atau tema yang diusung oleh Presiden Jokowi di dalam konten pesannya pada *channel* Youtube miliknya, tema yang pertama terkait *personal daily avtivity*. Maksud dari tema tersebut ialah, konten pesan yang termuat pada video unggahan Presiden Jokowi salah satunya merupakan konten yang mengandung aktivitas personal harian beliau yang biasanya tidak dipublikasikan melalui media – media konvensional seperti liputan televise, surat kabar ataupun lainnya. Contoh dari maksud tema tersebut dapat dilihat dari beberapa judul videonya seperti “#JKWVLOG Jamuan Makan Siang Bersama Raja Salman”, “#JKWVLOG Motoran Di Sukabumi”, hingga “#JKWVLOG Satwa Istana Bogor”. Pada tema ini, presiden biasanya menyematkan *hashtag* #JKWVLOG sebagai penanda bahwa video tersebut merupakan video yang menunjukkan personal presiden di dalam aktivitas yang lebih informal.

Tema kedua yang diusung pada *channel* Youtube Presiden Jokowi berkaitan dengan hal kinerja atau fiungsinya sebagai kepala pemerintahan dan negara. Terdapat cukup banyak video yang memiliki muatan pesan akan hal ini, tidak heran karena memang selain tujuan politis seperti yang telah disebutkan sebelumnya,

presiden juga ingin mencapai tujuan – tujuan praktis melalui penggunaan Youtube sebagai salah satu saluran komunikasi alternatif. Beberapa video yang masuk ke dalam klasifikasi tema ini dapat dibuktikan dari contoh judul berikut seperti “*Kabar Kerja Juli 2017 – Perayaan Hari Anak Nasional*”, “*Kabar Kerja Mei 2017 – Kunjungan Ke Beijing*”, hingga “*Kabar Kerja 16 Mei 2017 – Lintas Nusantara*”. Pada tema kedua ini, konten pesan yang termuat di dalam video unggahan presiden umumnya merupakan gabungan dari aktivitas kerja presiden seperti kunjungan kerja beliau ke daerah – daerah guna meninjau pelaksanaan program pembangunan ataupun peresmian suatu program pembangunan, rapat – rapat kabinet, kunjungan kerja ke instansi/lembaga/organisasi non – pemerintah, hingga pelaksanaan upacara – upacara peringatan.

Tema ketiga yang dihasilkan melalui survey peneliti pada *channel* Youtube Presiden Jokowi dan juga merupakan tema terakhir ialah tema yang terkait dengan *third party engagement*. Maksud dari tema tersebut ialah, beberapa video yang diunggah oleh presiden juga melibatkan partisipasi publik lainnya untuk ditampilkan guna mendukung sebuah *campaign of government programs*. Pelibatan tersebut biasanya diambil dari publik yang memiliki keterkaitan pada program pemerintah yang sedang berjalan untuk mencapai tujuan – tujuan praktis. Beberapa bukti video yang mengusung tema ini dapat dilihat dari beberapa judul video seperti “*Jangan Pernah Takut Menjadi Petani*” ataupun video “*Menjaga Masa Depan Siny*”.

Di dalam memudahkan netizen untuk mencari atau memilih dan menentukan video yang ingin ditontonnya, *channel* Youtube Presiden Jokowi juga

menyediakan beberapa pilihan *playlist* untuk menjadi ruang klasifikasi terkait tema atau konsep yang ada di dalam video – video unggahannya. Setidaknya terdapat empat *playlist* yang menjadi tempat untuk mengkategorikan video – video unggahannya. Adapun keempat *playlist* tersebut meliputi *playlist* “Arah”, *playlist* “#JKWVLOG”, *playlist* “Kabar Kerja”, *playlist* “Sudut Lain”, *playlist* “#KarnavalDanauToba”, *playlist* “Upacara 360°”, *playlist* “Internasional”, dan *playlist* “Blusukan”. Dari beberapa *playlist* tersebut, peneliti memilih *playlist* Kabar Kerja pada penelitian ini karena peneliti menilai bahwa pada *playlist* ini memuat segala bentuk video yang terkait dengan aktivitas kerja Presiden Jokowi dan merupakan *playlist* yang cukup *update* dibanding *playlist* yang terkait aktivitas kerja presiden lainnya.

D. Youtube

Youtube merupakan salah satu *platform* media sosial yang saat ini menjadi media yang terkenal dan banyak digunakan atau diakses oleh para *netizen* di seluruh dunia. Dikutip dari merdeka.com (2013. Sept 02) dijelaskan bahwa, Youtube pertama kali didirikan oleh tiga orang mantan karyawan *PayPal* yaitu Steven Chen, Chad Hurley dan Jawed Karim pada tahun 2005 sebelum akhirnya diakuisisi oleh Google pada tahun 2006. Alasan penciptaan *platform* media sosial ini diawali dari kesulitan Chen dan Hurley untuk secara mudah membagikan konten video. Youtube sendiri, memulai *startup* menjadi sebuah teknologi yang bisa kita kenal saat ini, berawal dari sebuah pendanaan yang dilakukan oleh Sequola Capital yang mana nilai suntikan dana untuk Youtube mencapai besaran USD 11,5 juta.

Seiring berjalannya waktu, Youtube yang telah diakuisisi oleh Google, berubah menjadi satu dari banyaknya *platform* media sosial yang tenar dan terkenal di kalangan pengguna internet secara global. Pada aktivitasnya sebagai perusahaan yang bergerak di bidang *platform* komunikasi berbasis teknologi media baru, Youtube meyakini bahwa setiap manusia memiliki hak untuk bersuara serta dunia akan lebih baik melalui cerita – cerita yang dibagikan, sehingga dari keyakinan tersebut Youtube terus berusaha berkembang dan menyesuaikan diri untuk semakin dapat memberikan kesempatan dan inovasi bagi penggunaannya di dalam membagikan cerita – cerita kehidupan dan lainnya melalui konsep *video sharing*. Sebagai sebuah perusahaan modern, Youtube memiliki empat nilai perusahaan yang menjadi acuan atau nilai yang hidup dan berkembang perusahaan yang menjadi pembeda bagi Youtube di tengah perkembangan *platforms* media sosial yang semakin pesat. Empat nilai tersebut meliputi :

1. *Freedom of Expression* (Kebebasan Berekspresi)

Nilai ini merupakan sebuah keyakinan yang dimiliki dan dijalankan oleh Youtube bahwa setiap orang memiliki hak kebebasan di dalam bersuara, membagikan pendapat, mendorong terjadinya dialog terbuka, dan kebebasan berkeaktifitas yang membawa pada suara, format dan kemungkinan – kemungkinan yang baru.

2. *Freedom of Information* (Kebebasan Informasi)

Youtube meyakini bahwa setiap manusia seharusnya memiliki kemudahan di dalam aksesibilitas terhadap informasi dan video yang menjadi kekuatan yang kuat untuk mengedukasi, membangun pemahaman, dan mendokumentasikan peristiwa – peristiwa di dunia baik besar maupun peristiwa kecil.

3. *Freedom of Opportunity* (Kebebasan Berpartisipasi)

Youtube meyakini bahwa, setiap orang berkesempatan untuk menemukan, membangun sebuah bisnis serta sukses di jalan atau cara mereka sendiri.

4. *Freedom to Belong* (Kebebasan Untuk Menjadi Milik)

Youtube meyakini bahwa setiap orang memiliki hak untuk menemukan komunitas pendukung, melampaui penghalang dan batas, serta berkumpul pada suatu hasrat yang sama.

Dikutip dari *website* resmi, Youtube menerangkan dari hasil analisisnya bahwa hingga saat ini tercatat lebih dari satu miliar pengguna yang memanfaatkan *platform* media sosial ini sebagai salah satu saluran informasi dan komunikasi yang digunakan setiap harinya. Dijelaskan lebih lanjut bahwa, hampir sepertiga dari pengguna internet di dunia menggunakan Youtube sebagai salah satu pilihan *platform* media sosial mereka yang mana dari itu semua, setengahnya mengakses Youtube melalui *mobile device*. Untuk mendekati diri dengan pasar, Youtube juga telah mengembangkan versinya yang mencapai 88 versi lokal dengan 76 bahasa yang berbeda (mencakup 95% pengguna internet). Selain itu, sebagai salah satu perusahaan yang terus berkembang hingga saat ini juga telah melahirkan berbagai layanan komunitas, layanan – layanan tersebut meliputi YouTube Kids, Gaming, Red, TV dan Musik.

E. Pengguna YouTube

Seperti yang telah banyak disebutkan sebelumnya oleh penulis bahwa sebagai salah satu *platform* media sosial terbesar, Youtube memiliki pengguna atau pengakses yang terus meningkat. Peningkatan tersebut tentu menjadi sebuah

indikator akan kepuasan dan kepercayaan yang baik yang didapatkan Youtube dari *users* sehingga netter lainnya memiliki ketertarikan untuk mengakses dan bergabung pada *platform* media sosial ini. Jumlah pengguna aktif yang terus mengalami peningkatan tersebut dapat dilihat dari hasil survey yang dilakukan oleh WeAreSocial (Diakses pada 18, Januari 2018) pada bulan Januari 2017 dan hasil survey pada bulan Agustus 2017. Tercatat pada Januari 2017 Youtube berhasil menduduki *ranking* ke-4 secara global apabila *platform social network* dan *messenger/chat app/VOIP* digabung menjadi satu, namun Youtube menduduki posisi ke-2 setelah Facebook apabila hanya dilihat di konteks *social network platform* dengan jumlah pengguna aktif mencapai 1.000 *millions*. Hal tersebut berbeda apabila dibandingkan dengan hasil survey di bulan Agustus pada tahun yang sama, yang mana Youtube berada pada peringkat ke-2 dari total keseluruhan *social platform* dengan jumlah pengguna aktif mencapai 1.500 *millions*.

Berdasarkan data yang dirilis oleh APJII (Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia) (2016) jumlah pengguna internet di Indonesia ini mencapai 132,7 juta atau 51,7% terhadap jumlah populasi yang mencapai 256,2 juta jiwa. Tingkat penetrasi atas internet sendiri dikutip dari WeAreSocial (Diakses pada 20, Januari 2018) mencapai 51% dan pengguna aktif media sosial mencapai 106,0 juta dengan tingkat penetrasi 40% pada tahun 2017. Selain itu dikutip dari data WeAreSocial pada tahun 2017 di bulan Januari, Youtube menduduki peringkat pertama sebagai *platform* media sosial paling aktif dengan total persentase mencapai 48% di Indonesia mengalahkan Facebook di peringkat kedua dengan persentase 48% dan Instagram di peringkat ketiga dengan persentase 39%.

Melalui pemaparan atas pengguna aktif yang telah disajikan peneliti sebelumnya, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa. Sebagai sebuah *platform* media sosial yang menjadi tren saat ini dikalangan netter dalam negeri, Youtube merupakan media sosial yang sangat memiliki potensi besar untuk dapat digunakan di dalam aktivitas komunikasi khususnya konteks komunikasi politik. Jumlah pengguna yang besar serta menempati peringkat pertama dalam konteks *active social media platform*, menjadikan Youtube menjadi *platform* media berbasis internet yang efektivitas serta efisiensi di dalam mencapai tujuan dari sebuah proses komunikasi politik. Tidak heran apabila selain netter secara umum, banyak aktifr politik dalam negeri telah memanfaatkan Youtube untuk dijadikan saluran komunikasi pribadi maupun secara institusional atau kelembagaan.

F. Komentar di Kolom Youtube

Youtube, sama halnya dengan karakteristik media sosial lainnya *platform* media sosial ini memberikan sebuah pengalaman komunikasi digital dua arah bagi penggunanya. Komunikasi dua arah tersebut dapat dilihat dari berbagai faktor atau aspek, salah satunya ialah penyediaan kolom komentar yang memungkinkan pengguna memberikan sebuah *feedback* kepada sumber atas konten yang dibagikannya melalui *platform* media sosial ini. Pengguna lain juga dapat melakukan atas balasan yang dapat disematkan di tiap komentar pengguna sebelumnya untuk membalas. Sehingga dengan begitu sesama pengguna memiliki potensi besar di dalam menciptakan sebuah diskusi dunia maya dan memberntuk sebuah opini.

Pada penelitian ini, *feedback* berupa komentar yang ditulis oleh *viewers* atau publik di tiap video unggahan Presiden Jokowi pada *playlist* “Kabar Kerja” merupakan sampel yang diambil peneliti untuk melihat citra politik Presiden Jokowi melalui aktivitas komunikasi politiknya melalui Youtube *channel*. Arah komentar pada penelitian ini dibagi menjadi tiga nantinya, yang mana pembagian tersebut meliputi arah komentar positif, negatif, dan tentunya arah komentar yang netral.

Arah komentar positif merupakan komentar yang memiliki makna pesan yang menyukai sosok Presiden Jokowi, kinerja, hingga pencapaian pemerintahannya atau kepemimpinannya dengan wujud rasa senang, pujian, kebanggaan, kebahagiaan, dan dukungan. Sedangkan untuk arah komentar negatif merupakan komentar yang memiliki makna pesan tidak menyukai sosok Presiden Jokowi, kinerja, hingga pencapaian pemerintahannya atau kepemimpinannya dengan wujud rasa ketidak senangan, kritik, penghinaan, dan perbandingan dengan presiden/lawan politik sebelum/tertentu, serta pernyataan tidak mendukung. Terakhir arah komentar netral yang merupakan komentar yang mengandung makna pesan bernada berimbang.

G. Vlog (Video Blog)

Vlog merupakan salah satu jenis kegiatan *Blogging* yang mana kegiatan *Blogging* di sini lebih menekankan pada konten video, sehingga pantaslah apabila kegiatan *Blogging* ini disebut dengan *Vlog* atau *Video Blogging*. Dikutip dari Lopps (2017, Juni 29) dijelaskan bahwa pada dasarnya kegiatan *blogging* memiliki berbagai jenis seperti *Vlog*, *Phlog*, *Audio Blog* hingga *Microblog*. Pada laman

online tersebut juga dijelaskan makna atau definisi *Vlog* menurut Urban Dictionary, yaitu,

“Sebuah video dokumentasi jurnalistik yang berada di dalam web yang berisi tentang hidup, pikiran, opini, dan ketertarikan”.

Selain itu, definisi atau pemaknaan lain dari *Vlog* juga dapat kita lihat dari *release* laman online MediaKix (2016, Desember 01) yang menjelaskan bahwa,

“Vlogging (short for "video blogging") is the daily practice of capturing and sharing vlogs characteristically featuring a vlogger shooting themselves at arm's length throughout their everyday activities”.

Melalui pemaknaan yang ada di atas maka kita dapat secara sederhana memahami *Vlog* atau *Video Blogging* sebagai sebuah aktivitas merekam kehidupan seseorang beserta aktivitasnya untuk ditayangkan dan dibagikan kepada *netizen* lainnya melalui saluran media baru.

H. Video Kabar Kerja Presiden Joko Widodo

Pada penelitian ini, video yang diambil oleh peneliti ialah video Presiden Jokowi pada *playlist* “Kabar Kerja” yang mana terdapat delapan unggahan video yang menginformasikan segala kegiatan kabar kerja sang presiden. Adapun video – video tersebut sebagai berikut:

a. Kabar Kerja 16 Mei 2017 – Kunjungan Lintas Nusantara

Video dengan judul Kunjungan Lintas Nusantara merupakan salah satu video dari total jumlah video Presiden Jokowi di *playlist* Kabar Kerja. Video ini juga menjadi video pertama yang diunggah di *playlist* tersebut. Pada video tersebut, termuat berbagai aktivitas presiden saat melakukan kunjungan kerja yang dilakukan mulai dari tanggal 6 Mei 2017 hingga kunjungan terakhir 10 Mei 2017. Kunjungan kerja tersebut merupakan sebuah kunjungan presiden di

dalam menghadiri berbagai acara mulai dari peresmian, perayaan, hingga penyerahan program – program pemerintah kepada masyarakat atau organisasi kelembagaan. Pada video tersebut sangat jelas bahwa di tiap kunjungannya presiden ingin menyampaikan informasi atas kinerja, capaian, hingga progress pembangunan dan kebijakan yang saat ini terus dijalankan atau dilakukan oleh pemerintah. Pesan tidak hanya dimuat melalui isi pidato maupun keterangan pers yang diberikan, melainkan pula melalui aktivitas lainnya di konten video tersebut. Adapun beberapa rincian kegiatan atau aktivitas sang presiden di video tersebut beserta pesan verbal yang ia sampaikan di aktivitasnya dapat dilihat dari rincian di bawah ini.

i. 6 Mei 2017

Pada video Lintas Nusantara, dimulai dari kunjungan kerja yang dilakukan oleh Presiden Jokowi beserta jajaran dalam acara Pekan Nasional Petani Nelayan 2017 yang diselenggarakan di Aceh.

ii. 7 Mei 2017

Pada hari berikutnya, Presiden Jokowi melanjutkan perjalanan Lintas Nusantara di wilayah Kalimantan Selatan. Dimulai dari kunjungan yang dilakukannya dalam rangka menghadiri acara Puncak Budaya Maritim Pesta Laut Mappanrestasi yang diselenggarakan di Pantai Pagatan Kalimantan Selatan. Pada kesempatan tersebut presiden menekankan isi pidato bahwa sebagai salah satu bangsa yang memiliki wilayah laut terbesar dan garis pantai terpanjang di dunia, kita memiliki darah, jati diri, dan budaya sebagai sebuah bangsa maritim. Hal tersebut

merupakan sebuah kodrat Indonesia. Hal itu disampaikannya di depan ratusan audiens yang menghadiri acara Puncak Budaya Maritim Pesta Laut Mappanrestasi.

Pada hari yang sama, presiden juga melakukan kunjungan kerja di dalam rangka acara penyerahan Kartu Indonesia Pintar (KIP), Pemberian Makanan Tambahan (PMT), Program Keluarga Harapan (PKH), dan Kartu Indonesia Sehat (KIS) yang diselenggarakan di daerah Batulicin, Kalimantan Selatan. Pada kesempatan tersebut presiden juga membagikan pesan khususnya kepada orang tua yang memiliki anak untuk lebih mempersiapkan anak – anaknya atau putra putri mereka guna mendukung Indonesia di jangka waktu masa depan agar menjadi negara yang mampu bersaing di level global atau dunia.

Setelah melakukan kunjungan kerja terkait penyerahan berbagai bantuan, kebijakan atau program pemerintah dibidang sosial khususnya, Presiden Jokowi melanjutkan kunjungan kerja di wilayah kabupaten Tanah Laut, Kalimantan Selatan guna memberikan atau menyerahkan Konsesi Hutan Desa, Hutan Tanaman Rakyat, dan Hutan Kemasyarakatan. Pada kunjungannya ini, Presiden Jokowi juga menyampaikan beberapa poin penting kepada publik yang hadir di acara penyerahan konsesi hutan tersebut. Pesan paling penting ialah menitipkan hutan kepada mereka untuk dilakukan pengolahan yang baik guna mendukung pengembangan aspek ekonomi masyarakat. Presiden juga berpesan bahwa konsesi atau hak pengelolaan diberikan secara

khusus oleh pemerintah kepada koperasi, desa, dan rakyat, yang mana harus dikelola dan jangan sampai ada penelantaran lahan yang nantinya akan berujung pada pencabutan hak konsesi oleh pemerintah. Hari yang sama pula setelah melakukan kunjungan pada acara penyerahan konsesi hutan di kabupaten Tanah Laut, Presiden Jokowi melanjutkan perjalanannya pada acara Penyerahan Sertifikat Hak atas Tanah Strategis Nasional serta Pembinaan, Fasilitasi, dan Kerjasama Akses Reform.

iii. 8 Mei 2017

Pada hari berikutnya Presiden Jokowi bertolak ke wilayah Halmahera tepatnya di Halmahera Tengah guna melanjutkan perjalanan Lintas Nusantarannya. Pada acara pertama di Halmahera Tengah ini, presiden beserta rombongan melakukan sebuah kunjungan guna meresmikan fasilitas Pelabuhan Tapaleo, Pelabuhan Wayabula, dan Pelabuhan Bicoli.

iv. 9 Mei 2017

Setelah melakukan perjalanan di hari sebelumnya ke wilayah Halmahera Tengah, presiden selanjutnya melakukan kunjungan ke Papua khususnya di Jayapura. Pada kunjungannya kali ini, Presiden Jokowi membuka kunjungan kerja dengan melakukan peresmian PLBN (Pos Lintas Batas Negara) Skouw. Pada peresmian PLBN Skowu ini, presiden menyampaikan beta pentingnya PLBN bagi Indonesia, presiden berpendapat bahwa sebagai lokasi paling luar negeri ini, PLBN merupakan beranda – beranda terdepan Indonesia.

Selanjutnya masih di hari yang sama, presiden beserta rombongan juga melakukan kunjungan di wilayah Jayapura untuk menghadiri acara penyerahan Kartu Indonesia Pintar (KIP, Pemberian Makanan Tambahan, Program Keluarga Harapan, dan Kartu Indonesia Sehat. Pada kesempatan ini, presiden menyampaikan di depan ratusan audiens bahwa, saat ini masyarakat tidak perlu khawatir apabila suatu saat masyarakat ada yang sakit, maka masyarakat dapat menggunakan Kartu Indonesia Sehat untuk melakukan pengobatan.

Kunjungan di Jayapura selanjutnya, Presiden Jokowi juga melakukan kunjungan terkait *Groundbreaking* PLMTG MPP Jayapura 50 Mw dan melakukan peresmian PLTU Tidore 2x7 MW, serta peresmian Listrik Desa Papua – Papua Barat dan Maluku – Maluku Utara. Pada kunjungannya ini, presiden menyapikan bahwa pemerintah terus menggenjot produksi listrik guna memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan Indonesia hingga saat ini. Presiden Jokowi juga menyampaikan bahwa, pemerintah berharap dan terus bekerja guna mencapai target 730 MW hingga tahun 2019.

v. 10 Mei 2017

Pada kunjungan terakhirnya di Papua serta menandai berakhirnya kunjungan Lintas Nusantara yang telah dimulai oleh Presiden Jokowi pada 6 Mei 2017, presiden beserta rombongan melakukan peninjauan secara langsung ke Pasar Mama – Mama di Jayapura. Pada kunjungannya ini, terlihat presiden menyaksikan dan meninjau langsung

hasil – hasil karya atau kerajinan dan produksi barang lokal masyarakat yang diperjual belikan di pasar ini. Presiden juga Nampak melakukan sebuah interaksi dengan salah satu masyarakat dan menyerahkan sebuah sertifikat kepada seorang pedagang di sana.

Setelah melakukan kunjungan ke Pasar Mama – Mama di Jayapura, selanjutnya presiden yang didampingi oleh rombongan seperti Panglima TNI Gatot Nurmantyo dan juga Menteri PUPR Basoeki Hadimoeljono meninjau secara langsung pula salah satu mega proyek pemerintah yaitu pembangunan Trans Papua (ruas Wamena – Mumugu). Terlihat pada peninjauan ini presiden secara langsung menelusuri jalanan – jalanan Trans Papua didampingi Panglima dan Menteri PUPR dengan pengamanan yang lengkap, presiden mencoba langsung dengan mengendarai sebuah motor trail. Pada kesempatan ini, di depan rombongan wartawan atau media presiden menyampaikan bahwa proyek Trans Papua sudah selesai sepanjang 3.800 km yang telah dibuka. Presiden juga berharap bahwa pada tahun 2019 lintas Trans Papua telah dapat dibuka keseluruhannya dan dilalui atau digunakan oleh masyarakat walau kemungkinan belum dilakukannya pengaspalan jalan.

b. Kabar Kerja Mei 2017 – Kunjungan Ke Beijing

Video kedua yang diunggah pada *playlist* Kabar Kerja di *channel* Youtube Presiden Jokowi ialah video Kunjungan Ke Beijing yang dimulai pada tanggal 13 Mei 2017 di mana Presiden tiba di Beijing setelah melakukan perjalanan selama tujuh jam. Namun sebelum kunjungan kenegaraan dan kunjungan kerja

ke Beijing ini, pada tanggal 12 Mei 2017 Presiden Jokowi secara resmi melakukan penerimaan kunjungan kenegaraan Presiden Chile yang dilanjutkan dengan pelantikan gubernur dan wakil gubernur hasil pemilihan kepada daerah. Adapun rincian aktivitas atau kegiatan serta pesan yang ia sampaikan melalui konten video di *channel* Youtube Presiden Jokowi, meliputi:

i. 12 Mei 2017

Pada video unggahan ini, aktivitas pertama presiden sebelum melakukan kunjungan kenegaraan dan kunjungan kerja ke Beijing diawali dengan melakukan penerimaan kunjungan kerja Presiden Chile Veronica Michelle Bachelet Jeria di Istana Merdeka, Jakarta. Pada pertemuan kenegaraan ini, kedua pemimpin negara yaitu Presiden Jokowi dan Presiden Michelle Bachelet memfokuskan pembahasan pada peningkatan bidang perdagangan dan investasi. Presiden Jokowi juga menyampaikan bahwa, sebagai salah satu negara di Amerika Selatan, Chile merupakan mitra dagang terbesar ketiga bagi Indonesia. Maka dari itu, kedua pemimpin sepakat untuk terus meningkatkan kerjasama di bidang ekonomi dan perdagangan. Sore harinya, Presiden Jokowi yang didampingi oleh seluruh jajaran pemerintahan serta juga Wakil Presiden Jusuf Kalla melakukan pelantikan gubernur dan wakil gubernur hasil pemilihan kepala daerah atau Pilkada.

ii. 13 Mei 2017

Pada hari berikutnya, sebelum bertolak ke Beijing guna melakukan kunjungan kenegaraan dan kunjungan kerja, presiden menyempatkan

diri menemui seorang perempuan bernama Sri Wahyuni. Sri Wahyuni merupakan seorang perempuan yang berasal dari Sragen yang melakukan perjalanan ke Jakarta dan ditempuh dengan berjalan kaki hanya untuk dapat menemui Presiden Jokowi, hal tersebut dilakukannya sebagai wujud rasa syukur atas kemenangan Presiden Jokowi pada pemilihan presiden atau Pilpres 2014. Pada pertemuan yang berlangsung di ruangan VIP Halim Perdana Kusuma, terlihat Presiden Jokowi dengan ramah menyambut dan menyapa serta berbincang sebentar dengan Sri Wahyuni, di sisi lain tampak raut bahagia dan haru yang terlihat melalui ekspresi muka Sri Wahyuni saat ditemui oleh Presiden Jokowi dan dapat berbincang – bincang dengan presiden secara empat mata. Presiden di video tersebut juga tampak memberikan sebuah bubuhan tanda tangan di sebuah kaos putih untuk Sri Wahyuni.

Setelah melakukan pertemuan dengan Sri Wahyuni, presiden melanjutkan kembali agendanya bertolak menuju Tiongkok. Setelah menempuh tujuh jam perjalanan akhirnya pada malam harinya Presiden Jokowi yang juga terlihat didampingi oleh Ibu Negara Iriana beserta rombongan tiba di Tiongkok menggunakan pesawat kepresidenan.

iii. 14 Mei 2017

Hari berikutnya setelah kedatangan Presiden Jokowi di Tiongkok, presiden didampingi rombongan melakukan sebuah kunjungan ke masjid Niujie yang merupakan masjid terbesar dan tertua di kota Beijing. Pada kunjungan tersebut Nampak presiden menikmati arsitektur

dan kemegahan masjid serta sejarah masjid tersebut yang dijelaskan oleh imam masjid Niujie. Pada video tersebut terlihat presiden memberikan sebuah kenang – kenangan kepada pengelola masjid Niujie melalui imam masjid sebuah kaligrafi dan sebuah Alkitab. Sebelum mengakhiri kunjungannya di masjid ini, presiden menyempatkan diri untuk memberikan pernyataan pers yang mana pesan penting di dalamnya ialah ucapan terima kasih presiden kepada pengelola masjid Niujie khususnya karena telah memberikan pelayanan yang baik kepada warga Indonesia yang berada di sana. Selain itu presiden juga memberikan info bahwa relasi antara muslim Tiongkok dengan Indonesia telah terjalin sejak abad ke – 15 melalui aktivitas perdagangan yang terjadi di antara dua kelompok tersebut.

Selanjutnya di hotel tempat menginap presiden beserta rombongan, Presiden Jokowi menerima beberapa kunjungan kehormatan yang dilakukan dengan beberapa delegasi yaitu Presiden Universitas Tsinghua Mr. Qiu Yong, Perdana Menteri Polandia (Beata Szydlo), dan *Managing Director of IMF* (Christine Lagarde) sebelum selanjutnya melakukan pertemuan dengan presiden RRT Xi Jinping. Pada agenda selanjutnya, Presiden Jokowi melakukan pertemuan bilateral dengan Presiden Tiongkok Xi Jinping. Pada pertemuan tersebut Presiden Jokowi mengucapkan terima kasihnya kepada Tiongkok yang telah mengundang dan memberikan kesempatan bagi Indonesia pada *KTT Belt and Road Forum*. Presiden Jokowi juga menyatakan kebanggaannya

dan rasa hormatnya karena Indonesia dapat berpartisipasi secara langsung pada forum internasional ini.

iv. 15 Mei 2017

Pada akhir video kunjungan ke Beijing, Presiden Jokowi melakukan sebuah kunjungan kerja yang dilakukannya untuk memenuhi agenda pertemuan di *Belt and Road Forum for International Cooperation*. Terlihat Presiden Jokowi di video tersebut mendapatkan tempat khusus dengan diposisikan paling depan dari jajaran kepala negara dan pemerintahan yang hadir saat itu, ketika memasuki ruangan pertemuan dan disandingkan dengan Presiden Xi Jinping, dan Presiden Rusia Vladimir Putin.

c. Kabar Kerja Mei 2017 – Latihan Pasukan TNI Di Natuna

Video ketiga di dalam *playlist* Kabar Kerja *channel* Youtube Presiden Jokowi ialah video dengan judul Latihan Pasukan TNI di Natuna. Pada konten video ini, seperti halnya video sebelumnya, merangkum seluruh kegiatan Presiden Jokowi selama beberapa hari. Pada video ini aktivitas sang presiden dimulai sejak tanggal 15 Mei 2017 dan berakhir pada aktivitas presiden di tanggal 19 Mei 2017.

i. 15 Mei 2017

Aktivitas pertama pada video ini dimulai dari kedatangan presiden beserta rombongan dan tentu didampingi oleh ibu negara Iriana di kota Palu

ii. 16 Mei 2017

Pada keesokan harinya presiden melakukan kunjungan serta secara resmi membuka Kongres Ke – 19 Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia di Kota Palu. Pada pembukaan tersebut presiden menyampaikan beberapa hal yang patut diperhatikan dan diingat oleh seluruh anggota atau partisipan kongres mahasiswa islam Indonesia. Pada pesan yang disampaikan di dalam video ini, presiden menyampaikan bahwa pergerakan mahasiswa islam Indonesia harus menjadi salah satu solusi atas segala permasalahan yang dihadapi Indonesia saat ini dan kedepan.

Agenda selanjutnya setelah presiden secara resmi melakukan pembukaan Kongres Ke – 19 Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia, presiden beserta rombongan bertolak kembali ke Jakarta yang mana presiden dijadwalkan untuk bertemu dengan beberapa wakil tokoh lintas agama. Pada kegiatan ini, terlihat di dalam video terdapat beberapa undangan yang hadir yang meliputi tokoh – tokoh dari lintas agama yang ada di Indonesia. Selain itu juga tampak presiden melakukan dialog bersama tokoh – tokoh tersebut didampingi oleh Kapolri Tito Karnavian dan Panglima TNI Gatot Nurmantyo. Pada akhir acara, presiden secara tegas melalui pernyataan pers nya mengatakan bahwa, telah memerintahkan kepada Kapolri dan Panglima TNI untuk menindak tegas segala bentuk ucapan maupun tindakan yang mengganggu persatuan dan

persaudaraan dan yang mengganggu NKRI serta Bhineka Tunggal Ika.

iii. 17 Mei 2017

Pada hari berikutnya, aktivitas presiden diawali dengan melakukan penyambutan kenegaraan untuk kunjungan Presiden Lithuania, Dalia Grybauskaite di Istana Merdeka. Pada kunjungan kenegaraan yang dilakukan oleh presiden Lithuania ini, merupakan kunjungan pertama kali pemimpin negara tersebut ke Indonesia. Pada penyambutan tersebut tampak sekali kemeriahaan serta kehangatan yang ingin diberikan Presiden Jokowi kepada Presiden Dalia.

Sore harinya, dalam Istana Kepresidenan tampak dipenuhi dengan ratusan siswa – siswi SD, SMP, dan SMA. Pada momen ini, presiden secara resmi perayaan untuk memperingati hari buku nasional. Pada peringatan hari buku nasional ini, tema yang diangkat ialah “Gemar Membaca”, sebuah tema yang diharapkan mampu menciptakan dan menumbuhkan serta meningkatkan ketertarikan baca buku khususnya di kalangan pelajar. Tidak kurang dari 500 siswa – siswa dari berbagai sekolah tampak hangat berdiskusi dan bercanda dengan presiden di halaman istana, yang mana terlihat pula ada menteri pendidikan dan menteri kordinator bidang pembangunan manusia dan kebudayaan. Pada acara tersebut sangat terlihat sebuah interaksi yang dekat yang dibangun presiden

dengan para siswa – siswi yang hadir. Presiden dalam pernyataan pers nya juga menyatakan perlunya sebuah strategi untuk lebih memperkenalkan lagi pada anak sehingga minat baca pada anak dapat mengalami peningkatan.

iv. 18 Mei 2017

Selanjutnya di hari berikutnya, presiden menerima penyerahan surat kepercayaan dari lima duta besar luar biasa berkuasa penuh (LBBP) untuk Republik Indonesia di Istana Merdeka dan dilanjutkan setelahnya melakukan pelantikan enam duta besar LBBP Indonesia yang akan dikirim atau menggantikan duta besar sebelumnya di beberapa negara.

Agenda di hari yang sama selanjutnya, presiden melakukan peresmian pembukaan Kongres Rakornas Pengawasan Intern yang dilakukan di Istana Negara. Pada kesempatan tersebut, presiden berpidato di hadapan seluruh hadirin dengan menekankan beberapa pesan pokok. Salah satu pesan pokok atau penting yang ingin ditekankan pada presiden di hadapan peserta kongres ialah terkait anggaran. Presiden menyatakan bahwa sesungguhnya anggaran pemerintah itu besar, namun apabila tidak tepat sasaran hal tersebut tidak akan merubah apa – apa.

Setelah melakukan pembukaan kongres pengawasan intern di Istana Negara, presiden selanjutnya melakukan penerimaan atas kedatangan atau kunjungan delegasi dari Menteri Energi Persatuan

Emirat Arab di Istana Negara. Pada video tersebut tampak, presiden didampingi salah satunya dari Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral saat itu Arcandra Taher. Pada kesempatan tersebut, presiden melakukan diskusi cukup intens di mana salah satu pembahasannya meliputi energi fosil dan energi terbarukan.

v. **19 Mei 2017**

Hari terakhir pada video tersebut diawali dengan kunjungan Presiden Jokowi pada Latihan Perang Pemukul Reaksi Cepat TNI tahun 2017 yang diselenggarakan di Natuna. Pada kesempatan tersebut presiden yang didampingi secara langsung Panglima TNI beserta jajaran pejabat TNI. Pada latihan ini pula, secara langsung Presiden Jokowi menyaksikan langsung proses latihan seluruh prajurit TNI beserta kendaraan operasional taktis dan alat – alat persenjataan lainnya. Dalam pernyataan pers nya yang diberikan setelah menyaksikan latihan perang tersebut, Jokowi menyatakan bahwa latihan ini menunjukkan kesiapan TNI dalam rangka mempertahankan keastuan Republik Indonesia.

Setelah menyaksikan proses latihan tersebut, presiden selanjutnya langsung melakukan sholat Jumat dan santap siang bersama prajurit TNI di Aula Kartika, Tanjung Datuk, Kabupaten Natuna. Setelah melakukan santap siang bersama prajurit, Presiden Jokowi menyempatkan diri untuk berpidato dihadapan ratusan prajurit dan pejabat TNI yang mana pidato tersebut menekankan

dengan tegas bahwa negara Pancasila merupakan konsep final. Tidak boleh ada lagi pembahasan atau dibicarakan lagi, kalau ada ormas yang seperti itu ya kita gebuk, orang bicara masalah PKI dan komunis bangkit itu sudah dinyatakan sebagai organisasi terlarang dan ketetapanannya.

d. Kabar Kerja Juli 2017 – Kunjungan Ke Sumba, Makassar, dan Balikpapan

Selanjutnya, video kabar kerja dilanjutkan dengan judul “Kunjungan ke Sumba, Makassar, dan Balikpapan”. Pada video ini, presiden memulai aktivitas pada tanggal 10 Juli 2017 dan berakhir pada 16 Juli 2017.

i. 10 Juli 2017

Pada video ini diawali dengan kunjungan presiden di peringatan HUT Bhayangkara ke – 71. Pada kesempatan tersebut presiden secara langsung melihat kesiapan prajurit Polri di dalam parade. Selain itu, presiden juga berpidato di depan ratusan prajurit dan jajaran pejabat Polri yang mana salah satu pesan yang beliau sampaikan pada pidatonya ialah ucapan terima kasih Presiden Jokowi kepada seluruh anggota dan jajaran Polri yang telah bekerja keras dan mengabdikan dirinya pada masyarakat sehingga hasilnya terlihat nyata

ii. 11 Juli 2017

Agenda selanjutnya dilakukan pada hari berikutnya dengan diawali dengan melaksanakan rapat terbatas untuk membahas evaluasi proyek strategi nasional. Pada rapat ini hanya pihak – pihak

terkait saja yang menghadiri untuk bersama membahas hal – hal yang berkenaan dengan proyek – proyek strategis nasional Indonesia. Selanjutnya di hari yang sama pula, presiden menerima kunjungan dan bertemu secara langsung dengan Gubernur Aceh Irwandi Yusuf dan Wakil Gubernur Nova Iriansyah.

iii. 12 Juli 2017

Pada agenda berikutnya, presiden beserta rombongan bertolak menuju Sumba yang mana pada kunjungannya yang pertama, presiden secara resmi melakukan pembukaan pada Parade Sandelwood dan Festival Tenun Ikat Sumba 2017. Pada kunjungannya kali ini, presiden yang didampingi oleh ibu Iriana tampak menggunakan ornament atau asesoris yang terbuat dari tenun ikat Sumba. Keduanya turun ke lapangan secara langsung untuk melihat proses bagaimana membuat atau memproduksi sebuah tenun ikat yang merupakan salah satu hasil budaya dan tradisi masyarakat Sumba. Selanjutnya di hari yang sama, presiden beserta rombonganpun bertolak ke Makassar untuk menghadiri peringatan Hari Koperasi Nasional Ke – 70.

iv. 13 Juli 2017

Hari selanjutnya presiden di Makassar, Presiden Jokowi didampingi dengan pihak – pihak yang terkait melakukan peresmian pasar rakyat Maros Baru. Pada kunjungan dan peresmian yang dilakukan oleh Presiden Jokowi ini, presiden juga

menyempatkan diri untuk secara langsung berkeliling dan meninjau hasil pembangunan di pasar rakyat Maros Baru ini. Selain itu, momen ini juga dimanfaatkan presiden untuk melakukan interaksi secara langsung dengan masyarakat khususnya dengan beberapa pedagang ada di pasar rakyat Maros Baru.

v. **14 Juli 2017**

Setelah selesai melaksanakan seluruh agenda di wilayah Makkasar Sulawesi Selatan, selanjutnya presiden beserta rombongan melanjutkan perjalanan kunjungannya ke wilayah Balikpapan dengan diawali dengan penyerahan sertifikat hak milik tanah kepada ratusan masyarakat yang hadir saat itu di wilayah Balikpapan, Kalimantan Timur.

Kunjungan dilanjutkan setelah itu dengan melakukan kunjungan dan peninjauan langsung presiden ke proyek pembangunan jalan tol Balikpapan – Samarinda. Pada kesempatan ini, presiden melakukan pernyataan pers yang mana di dalam pernyataannya presiden menyebutkan bahwa proyek jalan tol ini nantinya akan membangun jalan sepanjang 99,2 km yang menghubungkan Balikpapan dengan Samarinda.

Dilanjutkan sekaligus di dalam peninjauan pembangunan jalan tol tersebut dengan melakukan kunjungan dan peninjauan ke proyek pembangunan rumah murah yang ditujukan kepada masyarakat dengan status ekonomi sosial menengah ke bawah.

Pada kunjungan peninjauan ini, Presiden Jokowi sekaligus langsung melihat ke dalam bentuk serta kondisi bangunan fisik rumah yang dibangun dan masuk ke dalam proyek strategi nasional masa pemerintahannya ini.

Sore harinya Presiden Jokowi langsung melanjutkan perjalanannya untuk bertolak ke Jakarta. Sesampainya di Jakarta, presiden langsung menghadiri dan membuka serta memberikan sambutan dalam acara Halaqah Nasional Alim Ulama. Pada sambutannya presiden menyampaikan satu hal yang mana beliau menyatakan bahwa, kerukunan dan persatuan serta kekaguman dunia pada Indonesia atas hal tersebut merupakan hasil dari penerapan islam yang rahmatan lilalamin. Bukan hanya diucapkan namun juga diimplementasikan atau dikerjakan oleh masyarakat kita.

vi. 15 Juli 2017

Pada agenda di tanggal ini, secara khusus Presiden Jokowi menerima kunjungan dari delegasi Menteri Ekonomi, Pendidikan dan Riset Swiss di Istana Kepresidenan Bogor.

vii. 16 Juli 2017

Hari terakhir pada video kabar kerja dengan judul Kunjungan Kerja ke Sumba, Makkasar, dan Balikpapan ini dilakukan dengan kunjungan dan peresmian yang dilakukan Presiden Jokowi pada Akademi Bela Negara Partasi Nasdem.

Selain itu, pada kesempatan ini pula, presiden juga secara khusus memberikan kuliah umum dihadapan ratusan peserta akademi bela negara yang didirikan dan dipelopori oleh partai Nasdem.

e. Kabar Kerja Juli 2017 – Perayaan Hari Anak Nasional

Video kabar kerja Presiden Jokowi selanjutnya dengan judul Perayaan Hari Anak Nasional merupakan video kelima dri isi *playlist* Kabar Kerja di Youtube *channel* Presiden Jokowi. Pada pesan di dalam unggahan video ini, agenda atau aktivitas presiden dijadwalkan mulai dari tanggal 18 Juli 2017 hingga tanggal 23 Juli 2017. Adapun rincian pesan yang disampaikan oleh presiden melalui aktivitas nya serta pesan – pesan yang ia sampaikan saat melakukan aktivitasnya meliputi:

i. 18 Juli 2107

Pada tanggal ini, agenda Presiden Jokowi dimulai dengan melakukan rapat terbatas terkait pembahasan masalah pengaturan transportasi dari di istana kepresidenan. Selanjutnya di hari yang sama, presiden juga menerima kunjungan ulama Provinsi Sulawesi Selatan yang berjumlah lebih dari 30 ulama di istana kepresidenan Jakarta.

ii. 19 Juli 2017

Pada hari berikutnya, agenda presiden diawali dengan melakukan pembukaan serta peresmian pada acara Rapat Koordinasi Nasional ke – 10 APKASI (Asosiasi Pemerintah Kabupaten Seluruh Indonesia) yang juga sekaligus meresmikan pembukaan APKASI Otonomi Expo 2017 yang mengangkat tema “*Trade, Tourism, & Investment*”. Pada

kesempatan ini, Presiden Jokowi menekankan kepada seluruh pemerintah kabupaten se-Indonesia untuk terus membangkitkan di daerahnya masing – masing serta untuk melakukan sebuah fokus kerja dan tidak mengerjakan segala sesuatu agar apa yang menjadi target dapat tercapai dengan efektif dan efisien.

Setelah melakukan kunjungan untuk membuka dan meresmikan acara yang diselenggarakan oleh APKI (Asosiasi Pemerintah Kabupaten Seluruh Indonesia), Presiden Jokowi lalu melakukan agenda berikutnya dengan melakukan rapat terbatas untuk membahas proyek – proyek strategis nasional dengan sejumlah menteri dari kabinet kerja.

iii. 20 Juli 2017

Setelah melakukan segala agendanya di Jakarta, lalu presiden beserta rombongan bertolak menuju Malang untuk menghadiri serta secara resmi melakukan penutupan Rapat Kerja Nasional ke – 20 Walikota Seluruh Indonesia. Pada acara ini dihadapan seluruh walikota seluruh Indonesia dan juga hadirin yang menghadiri acara tersebut, Presiden Jokowi mengatakan tentang isu perkembangan teknologi yang terus mengalami perubahan drastis. Perkembangan tersebut ditandai dengan munculnya teknologi internet yang mana kita belum selesai mempelajari hal itu sudah muncul kembali teknologi terkait *mobile internet* yang tidak lama kemudian disusul dengan munculnya *artificial intelligent*.

iv. 21 Juli 2017

Selanjutnya presiden langsung melanjutkan agendanya dengan kembali ke Jakarta untuk menghadiri serta memberikan sambutan penutup di acara Mukernas II & *Workshop* DPRD PPP. Setelah selesai di dalam acara tersebut, presiden kemudian menuju wilayah Banten yang mana kunjungannya kali ini merupakan kunjungan untuk menghadiri Haul Al – Magfurlah Syaikh Nawawi Al Bantani ke – 124. Pada kunjungannya ini, presiden sebelum menuju podium yang telah disiapkan, terlihat dengan senang hati melayani antusias publik yang saat itu berada di situ hanya untuk saling berjabat. Pada sambutannya di acara ini, presiden menekankan kepada hadirin malam itu untuk terus meneladani kisah hidup Syaikh Nawawi yang harus selalu optimis, terus bahu – membahu untuk membangun bangsa ini agar menjadi bangsa dan negara yang *Baldatun, Thoyyibatun, dan Warabun Ghofur*.

v. 22 Juli 2017

Keesokan harinya, Presiden Jokowi beserta rombongan pergi menuju Yogyakarta. Pada kunjungannya ke Yogyakarta ini, secara khusus Presiden Jokowi menghadiri Kongres Pancasila ke – 9 di Universitas Gajah Mada (UGM). Pada pidatonya di acara Kongres Pancasila ke – 9 UGM 2017 ini, presiden berpesan kepada seluruh hadirin yang datang kala itu untuk berkomitmen bersama serta semangat untuk menguatkan Pancasila sebagai jiwa bangsa Indonesia khususnya seluruh rakyatnya.

Selanjutnya setelah menghadiri acara Kongres Pancasila di Universitas Gajah Mada (UGM), Presiden Jokowi beserta rombongan melakukan kunjungan serta memenuhi undangan Muhammadiyah untuk melakukan peletakan serta peresmian *groundbreaking* Museum Muhammadiyah di Universitas Ahmad Dahlan (UAD). Selain itu pada kunjungannya di UAD ini, presiden juga berkesempatan memberikan kuliah umum.

Berikutnya, presiden juga menghadiri dalam pembukaan Rapat Koordinasi Pimpinan PGRI. Pada acara ini, presiden secara khusus menekankan bahwa sebagai sebuah negara dan bangsa, Indonesia harus mempersiapkan sumber daya manusia (SDM) nya yang nantinya akan berperan penuh dalam pembangunan negeri ini. Setelah itu Presiden Jokowi juga menghadiri acara Halal Bihalal Kebangsaan PWNU (Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama) di Jawa Tengah.

vi. 23 Juli 2017

Hari terakhir atau agenda terakhir di video ini ialah aktivitas atau agenda belai di Kalimantan dan Sumatera. Presiden Jokowi dan rombongan melakukan perjalanan kembali setelah melakukan segala kegiatan di Yogyakarta ke Sumatera. Pada kunjungannya ke Sumatera khususnya Pekanbaru ini Presiden Jokowi dijadwalkan untuk menghadiri Puncak Perayaan Peringatan Hari Anak Nasional di halaman rumah dinas Gubernur Riau. Selanjutnya presiden melanjutkan kunjungannya di Pekanbaru dengan memberikan atau menyerahkan

sertifikat hak atas tanah. Dihadapan ratusan masyarakat yang hadir di acara tersebut, Presiden Jokowi menyampaikan bahwa sengketa yang selama ini banyak terjadi di tengah masyarakat di Indonesia akan selesai apabila seluruh masyarakat telah memiliki atau memegang sertifikat tanah tersebut.

Setelah melakukan penyerahan sertifikat hak atas tanah yang dilakukan oleh Presiden Jokowi, selanjutnya presiden meneruskan dengan meninjau secara langsung pembangunan tol trans Sumatra Pekanbaru – Dumai di wilayah Kampar. Setelah selesai melakukan peninjauan di proyek tol trans Sumatra tersebut, Presiden Jokowi yang saat itu tampak didampingi ibu negara Iriana langsung melihat langsung atau melanjutkan peninjauan di lokasi pembangunan program sejuta rumah. Pada kesempatan tersebut presiden yang didampingi ibu negara yang saat itu mengendarai *golf car* berinteraksi secara langsung dengan masyarakat penghuni rumah di sana. Pada interaksi tersebut, terdengar bahwa presiden berpesan kepada masyarakat untuk menempati sesuai fungsinya, menjaga kebersihan serta merawatnya dengan baik. Presiden dan ibu negara juga secara langsung meninjau hingga ke dalam rumah untuk melihat secara fisik bangunan dan lain sebagainya hasil proyek ini.

f. Kabar Kerja 13 September 2017 – Kunjungan Ke Singapura

Pada kabar kerja dengan judul “Kunjungan Ke Singapura” ini, agenda Presiden Jokowi beserta rombongan dimulai pada tanggal 06 September 2017 dan berakhir pada tanggal 09 September 2017.

i. 06 September 2017

Pada agenda di tanggal ini, presiden mengawali dengan melakukan penandatanganan Perpres (peraturan presiden) tentang penguatan pendidikan karakter di Istana yang diikuti oleh berbagai kelompok serta menteri terkait dan lembaga lainnya. Pada agenda ini, Presiden Jokowi memberikan sebuah pernyataan pers yang menekankan pesan bahwa Perpres yang telah dibahas dan ditanda tangani ini merupakan sebuah Perpres yang sangat *progressive* yang mana selanjutnya akan dibuatkan sebuah petunjuk pelaksanaan sehingga pada saat implementasi atau penerapan dari peraturan ini di lapangan dapat dilaksanakan dengan baik.

Selanjutnya presiden melakukan kunjungan ke Bogor tepatnya di Institut Pertanian Bogor, pada kunjungannya ini presiden secara khusus menghadiri perayaan Dies Natalis ITB ke – 54. Pada kunjungannya, presiden berkesempatan untuk melihat – lihat hasil dari riset dan segala sesuatu yang telah dihasilkan ITB selama ini guna menciptakan SDM yang berkualitas khususnya di bidang pertanian. Presiden juga berpidato bahwa pemerintah mengajak secara aktif seluruh civitas ITB dan alumni

untuk mewujudkan kemandirian pangan Indonesia dan meningkatkan kesejahteraan petani.

Selanjutnya setelah selesai menghadiri dan memberikan sambutan di perayaan Dies Natalis ITB ke – 54, Presiden Jokowi yang didampingi oleh ibu negara Iriana beserta rombongan bertolak menuju Singapura. Pada kunjungan kenegaraan yang dilaksanakan di Singapura ini, agenda pertama yang dilakukan oleh presiden ialah melakukan kunjungan atau menghadiri acara temu kangen masyarakat Indonesia di KBRI Singapura. Pada acara tersebut, presiden tampak sekali melakukan interaksi fisik secara langsung dengan masyarakat atau pada hadirin yang hadir saat itu. Hal tersebut terlihat dari kesediaan Presiden Jokowi untuk sekedar bersalaman dan bahkan hingga ber swa foto. Pada kesempatan ini pula, selain berinteraksi dengan menyapa langsung para hadirin saat itu, presiden juga membuka kesempatan bagi masyarakat Indonesia yang berada di Singapura khususnya untuk menyampaikan keluhan, saran ataupun aspirasi lainnya yang ditujukan kepada dirinya maupun pemerintah. Tampak pada video tersebut ada seorang laki – laki yang diundang ke podium oleh presiden dan memberikan aspirasinya yang secara garis besar berharap kepada mahasiswa yang belajar di Singapura setelah menyelesaikan masa studinya dapat pulang ke Indonesia untuk ikut serta membangun negara.

ii. 07 September 2017

Pagi keesokan harinya, Presiden Jokowi dan ibu negara Iriana melakukan pertemuan dan jalan pagi dengan PM Singapura Lee Hsien Loong di Singapore Botanic Garden. Pada kesempatan tersebut, presiden dan perdana menteri Lee melakukan jalan santai dan olahraga yang dilanjutkan secara simbolis dengan penanaman pohon.

Siang harinya, Presiden Jokowi mengunjungi The Istana Singapura dengan bertemu dengan PM Lee untuk melakukan pertemuan formal. Pada hasil dan pernyataan pers yang diberikan oleh Presiden Jokowi, presiden menyebutkan bahwa pertemuan formal antara Indonesia dan Singapura saat itu merupakan sebuah pertemuan yang fokus pembahasannya terkait pengembangan *digital economy* di kedua negara.

Kunjungan negara di Singapura pun berlanjut dengan kunjungan atau kehadiran Presiden Jokowi dan PM Lee pada acara *Joint Flight Test* dan *Singapore Investment Forum* di Marina Bay Cruise Center. Pada momen tersebut presiden terlihat senang dan kagum dengan menyaksikan *joint flight* antara TNI AU dengan *Republic of Singapore Air Force*. Bahkan pada akhir acara terlihat adanya pemberian cinderamata yang diberikan oleh pihak Singapura kepada Presiden Jokowi dan sebaliknya. Pada kesempatan di acara *Singapore Investment Forum* dan dihadapan ratusan hadirin yang saat itu datang, secara eksklusif dan resmi Presiden Jokowi memberikan capaian *rangking* yang di dapatkan pada bidang investasi yang telah dilakukan oleh OICD

by Gallup International terkait aspek *Public Trust In It's Government*. Presiden menyatakan bahwa, berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh lembaga tersebut, Indonesia menduduki peringkat pertama dibanding beberapa negara lainnya. Selanjutnya, pernyataan tersebutpun dibarengi dengan tepuk tangan para hadirin yang menunjukkan apresiasi mereka terhadap capaian yang didapatkan oleh Indonesia.

iii. 08 September 2017

Pada tanggal berikutnya, presiden yang didampingi rombongan pun tiba di Bali untuk menghadiri dan membuka serta memberikan sambutan pada acara Seminar Internasional Ikatan Notaris Indonesia di Nusa Dua Bali. Pada isi pidato, terdapat ada satu poin yang disorot presiden dihadapan ratusan peserta seminar saat itu. Hal tersebut terkait aturan, Presiden Jokowi secara tegas mengatakan bahwa Indonesia penuh dengan aturan – aturan yang tercipta, aturan – aturan yang banyak tersebut malah membuat negeri ini tidak teratur.

Setelah menghadiri dan membuka acara di atas, presiden beserta rombongan melanjutkan perjalanannya ke wilayah Badung, Bali. Acara tersebut merupakan acara penyerahan atau pembagian 3.500 sertifikat tanah kepada masyarakat. Di hadapan masyarakat, presiden menyatakan bahwa target pemerintah saat itu ialah dapat merampungkan sekitar 5 juta sertifikat dan dibagikan ke seluruh masyarakat yang belum memiliki sertifikat tersebut. Selain itu, presiden juga menyatakan bahwa di

Indonesia hingga saat itu, masih terdapat sekitar 126 juta yang harus dilakukan sertifikasi.

iv. 09 September 2017

Agenda terakhir yang dilakukan oleh Presiden Jokowi yang termuat pada video ini ialah kegiatan Presiden Jokowi di Jawa Timur. Setelah melakukan kunjungan kerja yang dilakukannya di Bali, Presiden Jokowi beserta rombongan selanjutnya bertolak menuju Jawa Timur lebih tepatnya di Mojokerto. Pada agenda kegiatannya di Jawa Timur ini, Presiden Beserta rombongan secara langsung melakukan peresmian ruas tol Jombang – Mojokerto. Pada pernyataannya di hadapan para hadirin saat kunjungan kerjanya ini, presiden menyatakan bahwa pembangunan infrastruktur yang tidak segera dilaksanakan atau dibangun maka akan membutuhkan dana yang lebih besar dan bertambah di kemudian hari. Maka dari itu, pembangunan infrastruktur haruslah segera dilakukan untuk menekan biaya proyek pembangunannya.

g. Kabar Kerja Oktober 2017 – Jawa Tengah dan Bali

Pada video dengan tajuk “Jawa Tengah dan Bali”, agenda Presiden Jokowi dimulai pada tanggal 24 September 2017 dan berakhir pada 01 Oktober 2017. Pada video tersebut, sama halnya dengan video lain yang mana seluruh pesan merupakan aktivitas kunjungan kerja presiden di berbagai acara dan berbagai daerah di Indonesia serta penyampaian – penyampaian pesan untuk dimuat di dalam sebuah konten audio visual. Adapaun detail dari isi vide tersebut meliputi:

i. 24 September 2017

Pada agenda awal yang dilakukan oleh Presiden Jokowi di video kabar kerja ini diawali dengan kunjungan presiden pada acara Jambore Peternakan Nasional 2017 di Bumi Perkemahan Cibubur. Pada kesempatan tersebut, presiden secara langsung bertemu dengan ratusan peternak – peternak dari seluruh Indonesia seperti salah satu contohnya ialah peternak domba Garut. Pada acara tersebut, presiden juga memberikan pidato dihadapan hadirin yang hadir dengan salah satu pesan yang ditekankan terkait pengamatan yang selama ini ia lakukan guna untuk menciptakan sebuah indsutri peternakan yang seperti korporasi atau bisa dibilang modern.

ii. 25 September 2017

Agenda selanjutnya yang dilakukan oleh Presiden Jokowi keesokan harinya ialah melakukan perjalanan menuju Salatiga, Jawa Tengah. Sesampainya di Salatiga, Presiden Jokowi melakukan atau menghadiri acara silaturahmi dengan Paguyuban Petani Qaryah Thayyibah. Pada acara tersebut, presiden juga melakukan tinjauan atas hasil panen yang didapatkan oleh para petani, lalu presiden di dalam pidatonya di hadapan para hadirin di acara tersebut juga menyatakan bahwa keuntungan terbesar dari sebuah pertanian itu berada pada proses bisnisnya.

Agenda di Salatiga selanjutnya dilanjutkan dengan menyerahkan Kartu Indonesia Pintar dan Program Keluarga Harapan yang dilaksanakan di SMAN 3 Salatiga. Seperti biasanya, presiden

berinteraksi langsung dengan masyarakat ataupun hadirin yang hadir dengan menjabat tangan satu per satu dengan senyum dan sapa yang ramah. Dihadapan ratusan pelajar yang saat itu hadir, presiden berpesan bahwa anak – anak harus belajar yang rajin untuk bekal masa depan.

Dilanjutkan dengan penyerahan sertifikat tanah rakyat, presiden secara langsung membagikan atau menyerahkan sertifikat kepada masyarakat Salatiga saat itu yang tentu sebelumnya belum mendapatkan sertifikasi atas tanah yang mereka miliki. Pada kesempatan tersebut, presiden menyampaikan pesan bahwa dengan sertifikat yang telah dipegang oleh masyarakat ini maka konflik atau klaim yang dilakukan pemerintah, perusahaan atau bahkan tetangga yang nantinya mungkin dialami masyarakat, maka masyarakat tidak perlu takut karena dengan menunjukkan bukti sertifikat seluruh masalah telah selesai.

Selanjutnya, Presiden Jokowi beserta rombongan melanjutkan perjalanannya menuju wilayah Bawean, Salatiga. Di wilayah tersebut, Presiden Jokowi dan rombongan dijadwalkan meresmikan jalan tol Semarang – Solo ruas Bawean – Salatiga. Pada peresmian tersebut Presiden Jokowi menyebutkan bahwa, di implementasi proyek ini, permasalahan yang menjadi kunci ialah masalah terkait ganti rugi atau pembebasan lahan yang nantinya akan dijadikan jalan tol.

iii. 26 September 2017

Pada hari berikutnya, Presiden Jokowi beserta rombongan bertolak ke Bali tepatnya di Nusa Dua Bali untuk menghadiri acara pertemuan

pimpinan perguruan tinggi se-Indonesia. Selanjutnya masih di provinsi Bali, presiden melakukan kunjungan kerja di wilayah Buleleng untuk memberikan atau menyerahkan Kartu Indonesia Pintar dan Program Keluarga Harapan. Pada acara penyerahan KIP dan PKH ini, Presiden Jokowi dihadapan para hadirin menyampaikan pesan bahwa seluruh dana yang ada di dalam Kartu Indonesia Pintar harus digunakan untuk hal – hal yang berhubungan dengan sekolah.

Masih di Buleleng Bali, selanjutnya Presiden melakukan kunjungan kerja untuk menyerahkan sertifikat kepada masyarakat Buleleng yang belum mendapatkan sertifikat tanah sebelumnya. Pada penyerahan sertifikat yang dilakukan oleh Presiden Jokowi ini, pemimpin pemerintah ini juga menyatakan bahwa, hingga tahun 2019 pemerintah akan berusaha untuk seluruh sertifikat tanah dapat selesai dan terbagikan ke seluruh rakyat Indonesia.

Selanjutnya, agenda di Bali dilanjutkan dengan mengunjungi korban atau pengungsi erupsi gunung Agung yang terletak di Kabupaten Karangasem dan Kabupaten Klungkung. Terlihat bahwa presiden dan rombongan yang nampak didampingi ibu negara Iriana melakukan tinjauan langsung ke gudang logistic untuk memastikan kebutuhan logistik masyarakat dapat terjamin dan terpenuhi. Selain itu, presiden dan ibu Iriana juga melakukan interaksi dengan sejumlah anak – anak pengungsi yang berada di penampungan pengungsi gunung Agung. Pada pernyataan pers yang diberikannya di wilayah pengungsian

tersebut, Presiden Jokowi menitikberatkan bahwa prioritas pemerintah saat ini ialah keselamatan rakyat.

iv. 27 September 2017

Sesampainya di Jakarta setelah melakukan kunjungan di berbagai daerah sebelumnya, presiden langsung menghadiri serta membuka Pameran Kriyanusa Dewan Kerajinan 2017 di Jakarta Convention Center (JCC). Pada acara tersebut, presiden terlihat menggunakan baju adat khas batak lengkap dengan topi yang secara pesan non – verbal ingin memperkenalkan kekayaan negeri ini melalui baju – baju adat dan hasil karya yang dihasilkan oleh berbagai kelompok masyarakat. Pada sambutannya, presiden juga mengajak seuruh pengrajin untuk bekerja bersama pemerintah, membangun kelompok – kelompok besar hingga terus melakukan konsolidasi guna meningkatkan skala ekonomi.

v. 28 September 2017

Keesakan harinya, Presiden Jokowi melakukan agenda untuk menghadiri dan membuka Konferensi IDByte 2017. Pada konferensi ini, presiden menyampaikan bahwa pengusaha yang saat ini bergerak di bidang teknologi seperti para hadirin yang hadir di acara tersebut, diharapkan mampu untuk menciptakan sebuah jasa yang memiliki nilai ciri khas Indonesia.

vi. 01 Oktober 2017

Agenda terakhir di video ini ialah yang pertama, memimpin upacara peringatan Hari Kesaktian Pancasila yang diselenggarakan di monument

Pancasila Sakti. Selanjutnya, agenda terakhir dilanjutkan dengan menghadiri acara ngopi bersama presiden di Istana Kepresidenan, Bogor. Pada acara tersebut, terlihat Presiden Jokowi banyak sekali mengundang orang – orang yang memiliki *concern* di dunia kopi khususnya Indonesia. Di dalam pidatonya di acara ngopi bersama presiden ini, Presiden Jokowi menyampaikan bahwa untuk mendapatkan keuntungan yang besa maka kita harus bisa memperlihatkan proses *basic*-nya sebelum diserahkan dan dikonsumsi oleh para pelanggan. Adapun salah satu undangan yang hadir pada acara tersebut ialah putra pasangan Dewi Yul dan Ray Sahetapy yaitu Surya Sahetapy. Surya merupakan salah satu difabel tuna rungu yang sore itu berhasil mengajarkan kepada seluruh tamu dan tentu presiden untuk belajar bahasa isyarat.

h. Kabar Kerja 10 Oktober 2017 – HUT TNI Ke – 72

Video terakhir yang diunggah pada *playlist* Kabar Kerja di *channel* Youtube Presiden Jokowi ialah video dengan judul HUT TNI Ke – 72. Pada video ini, agenda kegiatan presiden dimulai sejak tanggal 02 oktober 2017 hingga 06 Oktober 2017. Pada video terakhir yang diambil untuk penelitian ini, isi pesan yang temuat atau terkandung di dalamnya sama hal nya dengan video lainnya, yaitu aktivitas kunjungan kerja presiden serta aktivitas kerja dan pesan lainnya yang disampaikan baik melalui verbal maupun non – verbal. Adapun rincian isi pesan atas kegiatan tersebut ialah:

i. 02 Oktober 2017

Agenda kabar kerja presiden diawali dengan agenda penerimaan kunjungan kontingen atlet ASEAN ParaGames 2017 di Istana Kepresidenan. Pada kesempatan ini, presiden didampingi dengan menteri pemuda dan olah raga beserta menteri kordinator pembangunan manusia dan kebudayaan secara langsung dan khusus berinteraksi dengan para atlet serta rombongan lainnya di Istana. Pada pertemuan tersebut, terlihat bahwa Presiden Jokowi dan para menteri yang mendampingi Nampak melakukan sebuah diskusi serta menyampaikan pesan – pesan kepada seluruh hadirin yang hadir di acara tersebut. Salah satu pesan yang beliau sampaikan ialah terkait bonus yang akan dipercepat untuk seluruh atlet ASEAN ParaGames 2017 dan tentu pernyataan tersebut disambut dengan riyuh oleh para hadirin.

Agenda selanjutnya dilanjutkan dengan memimpin Rapat Kabiner Paripurna di Istana Negara. Pada rapat tersebut terlihat seluruh jajaran cabinet kerja khususnya para menteri pembantu presiden. Pada kesempatan tersebut, secara khusus Presiden Jokowi menyampaikan pesan bahwa pada tahun 2018 kita akan memasuki tahun politik yang mana pada tahun 2018 akan diselenggarakan Pilkada, tahapan Pileg dan tahapan Pilpres, sehingga presiden menginstruksikan kepada seluruh jajarannya untuk tidak membuat kegaduhan atau pernyataan yang kontroversial.

Setelah memimpin Sidang Kabinet Paripurna di Istana Negara, selanjutnya presiden bertolak untuk menghadiri acara Hari Kesatuan Gerak PKK Ke – 45 dan Jambore Nasional Kader PKK 2017. Di dalam kunjungannya ini, presiden beserta ibu negara terlihat dengan senang hati berinteraksi dengan bersalaman bersama para peserta dan hadirin yang ada di acara tersebut. Pada kesempatan berpidatonya, presiden menyampaikan beberapa hal di hadapan para hadirin yang mayoritas adalah perempuan. Salah satu pesan yang beliau sampaikan atau tekankan ialah terkait peran keluarga di dalam pengasuhan anak karena keluarga merupakan area tumbuh kembang dan tempat belajar pertama anak – anak.

j. 03 Oktober 2017

Pada hari berikutnya, presiden beserta rombongan menghadiri penutupan rapat koordinasi atau Rakornas Kamar Dagang Indonesia (KADIN) 2017. Pada kesempatan ini, di dalam pidatonya, salah satu pesan yang disampaikan oleh Presiden Jokowi ialah terkait pencapaian *investment grade* yang didapatkan oleh Indonesia dari berbagai hasil survey yang dilakukan lembaga – lembaga internasional, yang mana salah satunya memosisikan kenaikan posisi Indonesia dari level delapan ke level empat.

k. 04 Oktober 2017

Pada agenda berikutnya Presiden Jokowi bertolak menuju wilayah Banten. Pada kunjungannya di Banten, presiden beserta

rombongan melakukan peninjauan sebagai agenda awal. Peninjauan di sini ialah peninjauan proses pembangunan Bendungan Karian. Secara langsung presiden melihat di sekitar proyek pembangunan dan berinteraksi dengan kordinator proyek pembangunan di sana. Pada pernyataan pers nya, Presiden Jokowi menyampaikan bahwa pada proyek pembangunan waduk ini diharapkan nantinya mampu mengairi lahan pertanian seluas 22.000 hektar dan menyediakan air baku bagi wilayah Banten dan Jakarta.

Agenda kedua di dalam kunjungan kerjanya di Banten ialah dengan menghadiri acara Silaturahmi Kepada Desa se-Banten di wilayah Pandeglang, Banten. Pada kunjungannya ini, secara khusus Presiden Jokowi dihadapan para kepala desa dan hadirin yang menghadiri acara ini menyampaikan terkait dana desa yang dialokasikan oleh pemerintah untuk peningkatan pembangunan di desa – desa yang ada di Indonesia.

Selanjutnya, Presiden Jokowi juga melakukan penyerahan sejumlah sertifikat tanah rakyat. Pada kesempatan ini presiden berinteraksi secara langsung dengan masyarakat yang hadir. Selain itu di dalam isi pidatonya, presiden juga menyampaikan bahwa sengketa lahan yang selama ini sering terjadi akan selesai apabila sertifikasi ini cepat terselesaikan.

I. 05 Oktober 2017

Pada agenda ini, presiden mengawalinya dengan menghadiri upacara peringatan HUT TNI Ke – 72 di Cilegon, Banten. Pada

kunjungannya di acara peringatan hari jadi TNI ini, secara khusus Presiden Jokowi melihat atraksi alutsista dan prajurit TNI yang merupakan kebanggaan Indonesia. Di dalam pidatonya, presiden menyatakan bahwa TNI akan menjadi garda terdepan dan yang pertama di dalam menjaga persatuan, serta keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Kunjungan dilanjutkan dengan menghadiri acara penyerahan Kartu Indonesia Pintar dan Program Keluarga Harapan di wilayah Cilegon, Banten. Setelahnya, presiden juga mengunjungi acara peresmian atau *groundbreaking* pembangunan PLTU IPP Jawa 7 – 9 – 10 yang akan dibangun nantinya di wilayah Serang, Banten.

m. 06 Oktober 2017

Pada agenda terakhir kabar kerja, agenda presiden diawali dengan kunjungannya ke wilayah Kalimantan Utara. Pada kunjungannya ke Kalimantan Utara ini, Presiden Jokowi secara langsung meninjau Embung Rawa Sari di wilayah Tarakan. Pada peninjauan ini, presiden mengeluarkan pernyataan pers terkait kalkulasi anggaran yang harus jelas di semua setiap pembangunan proyek yang ada agar beliau dapat mengambil sikap untuk persetujuan proyek.

Selanjutnya, kunjungan dilanjutkan dengan melakukan penyerahan sertifikat tanah rakyat di wilayah Bulungan. Selain itu, Presiden Jokowi juga secara langsung menyerahkan Kartu Indonesia Pintar dan Program Keluarga Harapan yang menjadi salah satu program nasional

pemerintah. Pada penyerahan Program Keluarga Harapan di wilayah Kalimantan Utara ini, presiden menyampaikan kepada hadirin bahwa anggaran Program Keluarga Harapan (PKH) ditujukan untuk memenuhi kebutuhan gizi serta pendidikan anak – anak, sehingga harus digunakan sesuai dengan fungsi tujuannya.

Terakhir, setelah menyelesaikan kunjungan kerjanya di Kalimantan Utara, Presiden Jokowi yang didampingi ibu negara Iriana dan rombongan bertolak ke Brunei Darussalam. Pada kunjungan kenegaraannya kali ini, Presiden Jokowi dan ibu Iriana memenuhi undangan atau untuk menghadiri peringatan 50 tahun tahta Sultan Hassanah Bolkiah di kota Bandar Seri Begawan, Brunei. Tampak sekali di dalam kunjungan tersebut, Presiden Jokowi mendapatkan tempat khusus di jamuan makan dengan duduk bersebelahan langsung disamping kursi Sultan dan sang istri.

BAB III

HASIL TEMUAN DAN ANALISIS DATA

Pencarian data pada penelitian terkait citra politik Presiden Jokowi yang dilihat melalui komentar yang diberikan oleh netizen di Youtube *channel* Presiden Jokowi tepatnya di *playlist* Kabar Kerja telah selesai dilakukan. Pada pencarian data tersebut, peneliti dibantu oleh *coder* yang berjumlah dua orang dengan melakukan pengisian pada lembar koding sebagai alat yang dipakai di penelitian ini. Pada lembar koding tersebut, terdapat lima unit komponen yang menyusun suatu keberhasilan dari tujuan komunikasi politik (dalam konteks penelitian ini ialah citra politik) dilihat dari salah satu unsur penyusun komunikasi politik yaitu sumber politik atau komunikator.

Pada bab tiga ini, peneliti akan memaparkan hasil temuan data serta analisis data melalui tiga tahapan. Pertama, pendistribusian data dengan menggunakan tabel frekuensi untuk memudahkan di dalam melihat frekuensi makna pesan yang diberikan netizen pada video unggahan presiden. Kedua, peneliti akan melakukan deskripsi atas tabel frekuensi tersebut untuk memberikan kemudahan bagi peneliti dan juga pengguna penelitian ini di dalam memahami hasil dari temuan data yang didapatkan. Tahapan terakhir atau tahapan ketiga yaitu terkait analisis data yang akan dilakukan oleh peneliti berdasarkan hasil temuan data yang telah diolah sebelumnya serta dideskripsikan, analisis data ini akan menggunakan teori atau konsep yang telah tersusun di bagian kerangka teori penelitian ini untuk menjawab

tujuan penelitian yang berasal dari rumusan masalah. Berikut ialah sub – bab tentang tabel frekuensi yang menjadi tahapan pertama pada bagian ini.

A. Tabel Frekuensi

Terdapat delapan video unggahan aktivitas kerja Presiden Jokowi di *playlist* “Kabar Kerja” yang dijadikan peneliti sebagai objek dari penelitian terkait citra politik Jokowi menurut netizen. Delapan video tersebut merupakan video – video yang memiliki makna pesan untuk menginformasikan terkait aktivitas kerja presiden selain juga untuk memberikan edukasi kepada netizen melalui beberapa pesan verbal maupun non – verbal yang disampaikan oleh sumber politik dalam konteks ini ialah Presiden Jokowi.

Berkaitan dengan fokus penelitian ini yaitu citra politik menurut netizen melalui komentar yang diberikannya di kolom komentar *playlist* “Kabar Kerja”, peneliti mengumpulkan seluruh komentar sebagai populasi penelitian yang terdapat di dalam kolom komentar pada *playlist* “Kabar Kerja”. Adapaun jumlah populasi sampel yang dikumpulkan oleh peneliti pada tahap awal, mencapai jumlah 2.129 *comment*. Selanjutnya berdasarkan kualifikasi sampel, peneliti melakukan filterisasi terhadap populasi tersebut hingga mendapatkan jumlah populasi sebesar 761 *comment*. Tahapan berikutnya peneliti menghitung jumlah populasi tersebut dengan metode penghitungan Notoadmojo (2005) yang telah dijelaskan secara jelas di bagian sampel bab satu dan menghasilkan jumlah sampel atau populasi akhir sebesar 262.

Jumlah populasi tersebut terbagi atas delapan video dengan jumlah populasi per videonya berbeda – beda seperti yang telah ditampilkan di tabel sampel bab

satu. Masing – masing *coder* mendapatkan 262 *comment* yang merupakan total akhir dari seluruh jumlah populasi per video. Selanjutnya, setelah mendapatkan sampel penelitian dengan jumlah yang telah ditentukan maka *coder* melakukan kegiatan *coding* dengan alat bantu penelitian berupa *coding sheet* atau lembar koding yang memuat lima komponen sumber politik yaitu kredibilitas, daya tarik, kekuasaan, kepercayaan, dan keahlian. Dari hasil *coding* tersebut peneliti selanjutnya melakukan pengelompokan atau klasifikasi data dengan alat bantu berupa tabel frekuensi untuk mengetahui persebaran frekuensi makna pesan yang terkandung di dalam komentar sampel berdasarkan hasil *coding* para *coder*. Persebaran frekuensi tersebut dilihat dari tiga kategori nada pesan yaitu positif, negatif, dan netral yang terbagi ke dalam lima komponen atau unit sumber politik. Adapun hasil dari tabel frekuensi komentar secara keseluruhan yang didapatkan dari dua *coder* dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 5 :

**Tabel Frekuensi Komentar
Video pada Playlist "Kabar Kerja" Presiden Jokowi**

Unit Analisis	Frekuensi		
	Positif	Negatif	Netral
Kredibilitas	132	4	2
Daya Tarik	99	0	0
Kekuasaan	0	0	2
Kepercayaan	458	18	4
Keahlian	10	0	0
Jumlah Makna Pesan	699	22	8
Total Sampel	262		
Total Frekuensi Makna Pesan	729		

Selain tabel tersebut, peneliti juga telah membuat tabel lain yang membedakan antara tabel yang berisikan frekuensi makna pesan positif, negatif, dan netral secara mandiri. Tabel tersebut peneliti buat untuk dapat melihat persebaran pesan positif, negatif, dan netral secara lebih terperinci yang terbagi ke dalam lima komponen yaitu kredibilitas, daya tarik, kekuasaan, kepercayaan, dan keahlian yang masing – masing komponen memiliki kategori turunan untuk lebih mespesifikasikan. Adapaun tabel tersebut dapat dilihat seperti di bawah ini.

Tabel 5.1 :

**Tabel Frekuensi Komentar Positif
Video pada Playlist "Kabar Kerja" Presiden Jokowi**

Unit Analisis	Kata Kunci	Jumlah Komentar
Sumber Politik		
Kredibilitas	Dapat Dipercaya	28
	Berintegritas	4
	Transparan	4
	Mampu	96
Daya Tarik	Sederhana	29
	Sopan	2
	Dekat Dengan Rakyat	12
	Atraktif/Energik	36
	Tegas	6
	Humoris	14
Kekuasaan	Tidak Sewenang - Wenang	0
	Tidak Intervensi	0
Kepercayaan	Menepati Janji	12
	Dukungan	432
	Amanah	10
	Pemerataan Pembangunan	4
Keahlian	Berwawasan Luas	0
	Berpengalaman	0
	Kreatif	6
	Pemikiran Strategis	4
TOTAL		699

Tabel 5.2 :

Tabel Frekuensi Komentar Negatif
Video pada Playlist "Kabar Kerja" Presiden Jokowi

Unit Analisis	Kata Kunci	Jumlah Komentar
Sumber Politik		
Kredibilitas	Tidak Dapat Dipercaya	0
	Tidak Berintegritas	0
	Tidak Tranparan	0
	Tidak Mampu	4
Daya Tarik	Tidak Sederhana	0
	Tidak Sopan	0
	Tidak Dekat Dengan Rakyat	0
	Tidak Atraktif/Energik	0
	Tidak Tegas	0
	Tidak Humoris	0
Kekuasaan	Sewenang - Wenang	0
	Mengintervensi	0
Kepercayaan	Tidak Menepati Janji	0
	Tidak Mendukung	18
	Tidak Amanah	0
	Tidak Memeratakan Pembangunan	0
Keahlian	Berwawasan Sempit	0
	Tidak Berpengalaman	0
	Tidak Kreatif	0
	Pemikiran Tidak Strategis	0
TOTAL		22

Tabel 5.3 :

Tabel Frekuensi Komentar Netral
Video pada Playlist "Kabar Kerja" Presiden Jokowi

Unit Analisis	Kata Kunci	Jumlah Komentar
Sumber Politik		
Kredibilitas	Netral	2
Daya Tarik	Netral	0
Kekuasaan	Netral	2
Kepercayaan	Netral	4
Keahlian	Netral	0
TOTAL		8

B. Deskripsi Temuan Data

Selanjutnya, setelah melakukan pengelompokan atau pemaparan data dengan alat bantu tabel frekuensi dan mendapatkan hasilnya seperti yang telah diperlihatkan di tabel – tabel sebelumnya, peneliti masuk ke dalam tahapan kedua yaitu tahapan untuk mendeskripsikan data dari tabel frekuensi tersebut. Deskripsi data tabel frekuensi ini seperti yang telah disebutkan sebelumnya memiliki tujuan untuk memberikan kemudahan bagi peneliti (di dalam melakukan tahapan analisis data) dan juga pengguna penelitian ini untuk memahami persebaran frekuensi data dari hasil temuan data yang didapatkan.

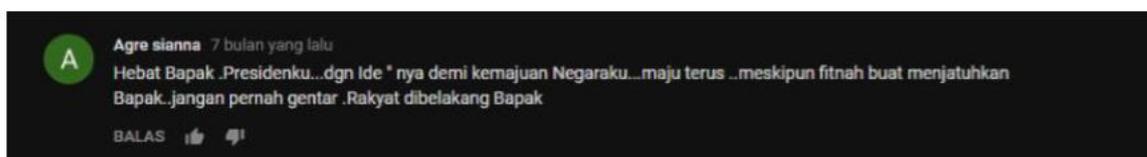
Terdapat 262 komentar yang menjadi total sampel atau jumlah populasi yang ada di penelitian ini. Komentar tersebut merupakan hasil dari perhitungan sampel dengan menggunakan formulasi hitung Notoadmojo (2005). Komentar – komentar yang menjadi sampel merupakan komentar yang telah memenuhi kualifikasi sampel yang ditetapkan peneliti serta telah diuraikan pada sub – bab sampel di bab satu. Setidaknya ada dua kualifikasi komentar yang menjadi sampel di penelitian ini. Pertama, komentar merupakan tanggapan yang diberikan oleh *netizen* pada kolom komentar yang ada di tiap video unggahan Youtube *channel* Presiden Jokowi di *playlist* “Kabar Kerja”. Kedua, komentar merupakan ulasan atau tanggapan yang diberikan oleh *netizen* yang merupakan tanggapan terkait sumber politik (dalam artian di sini ialah Presiden Jokowi) baik dalam *tone* positif, negatif ataupun netral.

Komentar yang berjumlah 262 *comment* tersebut selanjutnya dibagikan kepada dua *coder*. Masing – masing *coder* diberikan protokol penelitian sebagai acuan *coder* pada saat pengisian lembar koding. Dari total sampel 262 komentar,

selanjutnya peneliti melakukan pengolahan data dengan menggunakan tabel frekuensi. Dari pengolahan data tersebut peneliti menemukan 729 makna pesan yang terkandung di dalam 262 komentar yang telah dianalisis oleh *coder* dengan menggunakan lembar koding sebagai alatnya. Artinya satu komentar berpotensi memiliki lebih dari satu pemaknaan sesuai dengan komponen yang tersusun atas unsur sumber politik yaitu kredibilitas, daya tarik, kekuasaan, kepercayaan, dan keahlian.

Beberapa bukti komentar atau sampel yang memiliki lebih dari satu pemaknaan yang dimaknai oleh dua *coder* di penelitian ini dapat dilihat melalui bukti – bukti data berikut:

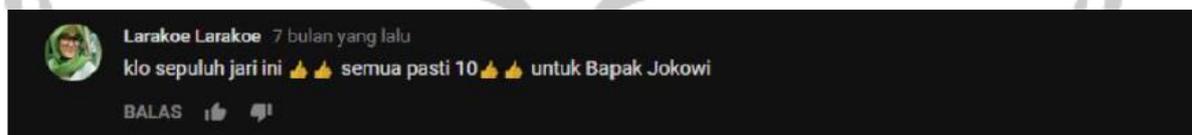
1. Komentar terkait video “Kabar Kerja 16 Mei – Lintas Nusantar. Pada komentar di bawah ini, dua *coder* memaknai komentar tersebut dengan sama yaitu makna komentar mengandung makna akan komponen **kepercayaan** yang masuk ke dalam kategori turunan dukungan dan komponen **keahlian** yang masuk ke dalam kategori kreatif. Berikut adalah bukti komentar tersebut:



Kata kunci pada komentar di atas yang menunjukkan adanya sebuah makna pesan terkait dukungan dan juga keahlian dapat dilihat melalui kata – kata berikut. “**Hebat**”, “**ide – ide nya demi kemajuan negaraku**” dimaknai oleh *coder* sebagai sebuah makna pesan yang mana publik bersangkutan menilai sosok sumber politik mampu dengan ide – ide yang selama ini dijalankan membawa perubahan positif (**kemajuan**) di Indonesia. Kata – kata tersebut masuk ke dalam komponen

keahlian pada penelitian ini. “**Hebat**” di dalam kata tersebut menunjukkan makna positif yang merupakan korelasi kata pujian, dan “**Ide**” merupakan sebuah kata yang menunjukkan keahlian atas pola pikir yang strategis untuk menjawab sebuah permasalahan. Kata selanjutnya ialah kata “*Maju Terus*” yang dimaknai oleh *coder* sebagai sebuah kata dengan pemahaman dukungan yang diberikan oleh publik bersangkutan melalui responnya yaitu pernyataan (komentar) di kolom komentar *channel* Youtube Presiden Jokowi.

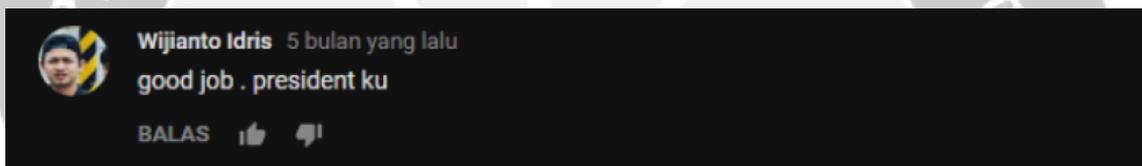
2. Komentar terkait video “Kabar Kerja Mei 2017 - Kunjungan Ke Beijing”. Pada komentar di bawah ini, dua *coder* memaknai komentar tersebut dengan sama yaitu makna komentar mengandung makna akan komponen kredibilitas yang masuk ke dalam kategori turunan **mampu** dan komponen **kepercayaan** yang masuk ke dalam kategori turunan dukungan. Berikut adalah bukti komentar tersebut:



Kata kunci pada komentar di atas yang menjadi dasar pemaknaan *coder* di dalam memasukannya ke kategori atau komponen mampu dan kepercayaan dapat dilihat melalui kata berikut. “*10 jempol (emoticon thumb) untuk Bapak Jokowi*” ialah kata yang dimaksud, yang terkandung di dalam komentar publik tersebut. Pemberian *thumbs like* yang berwujud symbol di komentar tersebut dapat dipahami sebagai sebuah pesan non – verbal yang memiliki makna atau maksud rasa suka atas kinerja Presiden Jokowi yang dikomunikasi melalui video – video di *channel* Youtube-nya. Rasa suka tersebut secara otomatis juga

berkorelasi terhadap kesan akan mampu sehingga muncul keyakinan atas kepercayaan sosok Presiden Jokowi.

3. Komentar terkait video “Kabar Kerja Juli 2017 – Kunjungan Ke Sumba, Makassar, & Balikpapan” yang mana komentar terletak pada nomer *coding* 42. Pada komentar di bawah ini, seluruh *coder* memaknai komentar tersebut dengan sama yaitu makna komentar mengandung makna akan komponen **kredibilitas** yang masuk ke dalam kategori turunan mampu dan komponen **kepercayaan** yang masuk ke dalam kategori turunan dukungan. Berikut adalah bukti komentar tersebut.



Kata kunci pada komentar tersebut yang menjadi dasar pemaknaan *coder* di dalam memasukannya ke kategori atau komponen kepercayaan dan kredibilitas dapat dilihat melalui kata berikut. “*good job*” merupakan kata kunci yang dimaksudkan dan *coder* memaknai bahwa melalui kata kunci tersebut mengindikasikan bahwa kesan publik terkait pada Presiden Jokowi sebagai seorang yang mendapatkan kepercayaan dan kredibilitas.

Adapun persebaran dari total frekuensi 729 makna pesan tersebut secara merata terdistribusi ke dalam tiga kategori nada pesan yang meliputi positif, negatif, dan netral. Terdapat 132 makna pesan bernadakan positif yang berada di komponen kredibilitas dari keseluruhan total unit yang dites oleh dua *coder* dan 4 makna pesan *tone* negatif, juga 2 makna pesan *tone* netral yang berada pada komponen yang

sama. Selain itu, terdapat pula pada komponen Daya Tarik yang memiliki jumlah 99 makna pesan *tone* positif, 0 makna pesan negatif dan netral dari hasil temuan data. Tidak hanya itu saja, komponen jumlah persebaran dari 729 frekuensi makna pesan tersebut juga mengisi pada komponen kekuasaan yang berjumlah 0 makna pesan *tone* positif, 0 makna pesan *tone* negatif dan 2 makna pesan *tone* netral.

Hal tersebut juga sama terjadi pada komponen Kepercayaan yang mana jumlah dari total pemaknaan pesan bernadakan positif mencapai 458, makna pesan dengan *tone* negatif sebesar 18 dan 4 makna pesan dengan nada netral. Pada komponen terakhir terdapat 10 makna pesan dengan *tone* komentar positif, 0 untuk *tone* komentar negatif dan netral. Apabila semua arah pesan atau *tone* komentar tersebut dijumlah maka akan muncul total 729 pemaknaan pesan dari total sampel atau jumlah populasi sebesar 262 komentar.

Pada pemeringkatan frekuensi makna pesan yang terkandung di dalam komentar, makna pesan serta arah atau *tone* pesan yang paling tinggi nilai atau angka datanya terdapat pada komponen Kepercayaan di arah atau *tone* pesan positif yaitu dengan jumlah 453 disusul dengan komponen kredibilitas di arah atau *tone* pesan positif 131, Daya Tarik di arah atau *tone* pesan positif sebesar 101, disusul komponen Kepercayaan di arah atau *tone* pesan negatif sejumlah 18, lalu pada komponen Keahlian di arah atau *tone* pesan positif sebesar 10, selanjutnya pada komponen Kepercayaan di arah atau *tone* pesan netral sebesar 4, pada komponen Kredibilitas di arah atau *tone* pesan negatif berjumlah 3, dan terakhir pada komponen Kredibilitas di arah atau *tone* pesan netral sebesar 2. Dilihat dari pemeringkatan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa, sampel yang menjadi

poulasi penelitian di penelitian ini memiliki keberagaman makna serta arah atau *tone* pesan yang menunjukkan opini pribadi dari para publik terkait citra yang mereka miliki terhadap Presiden Jokowi.

Selanjutnya peneliti akan mendeskripsikan pada bagian ini melalui deskripsi per komponen dari unit analisis yang digunakan yaitu sumber politik yang meliputi komponen – komponen kredibilitas, daya tarik, kekuasaan, kepercayaan, dan keahlian.

a. Arah komentar berdasarkan temuan data pada komponen kredibilitas.

Komponen pertama yang terdapat pada unsur analisis sumber politik ialah kredibilitas. Kredibilitas pada penelitian ini memiliki arti sebagai sebuah hal yang dapat dipercaya dari sumber politik di mata atau benak publik. Pada total keseluruhan, komponen kredibilitas memiliki jumlah frekuensi sebesar 138 makna pesan dari 729 frekuensi makna pesan yang terbagi atas 132 bernadakan positif, 4 bernadakan negatif dan 2 bernadakan netral. Pada deskripsi ini, peneliti akan mendeskripsikan secara bersamaan tiap – tiap kategori arah/*tone* pesan yang ada yaitu positif, negatif, dan netral. Pada kategori arah/*tone* pesan positif sendiri setidaknya terdapat empat kategori turunan yang meliputi kategori dapat dipercaya, berintegritas, transparan dan mampu. Sedangkan pada kategori arah/*tone* pesan negatif setidaknya juga memiliki empat kategori turunan yaitu tidak dapat dipercaya, tidak berintegritas, tidak transparan dan tidak mampu. Selain itu kategori netral merupakan komentar – komentar yang memiliki keberimbangan arah atau *tone* pesan. berikut adalah pendeskripsian dari hasil temuan data di komponen kredibilitas menurut kategori turunannya.

I. Dapat dipercaya / tidak dapat dipercaya.

Kategori turunan pertama ialah bagaimana sosok sumber politik dalam konteks ini Presiden Jokowi dipandang atau memiliki kesan di mata dan benak publik (*netizen/viewers*-nya) menjadi sosok yang dapat dipercaya, dan tidak dapat dipercaya pada konteks kinerja. Dari tabel frekuensi di komponen kredibilitas dan kategori arah/*tone* pesan positif yang berjumlah 132, terdapat 28 frekuensi data yang berkaitan dengan pemaknaan pesan bahwa sosok Presiden Jokowi adalah sosok yang dapat dipercaya pada konteks kinerjanya sesuai dengan klasifikasi yang telah dilakukan para *coder* melalui aktivitas *coding*. Komentar tersebut secara otomatis menjadi representasi publik terkait citra yang dimilikinya terhadap Presiden Jokowi melalui aktivitas kerjanya yang diinformasikan atau dikomunikasikan lewat *Vlog* di Youtube *channel* yang bersangkutan. Pembuktian atas komentar ini dapat dilihat melalui beberapa bukti komentar di bawah ini.

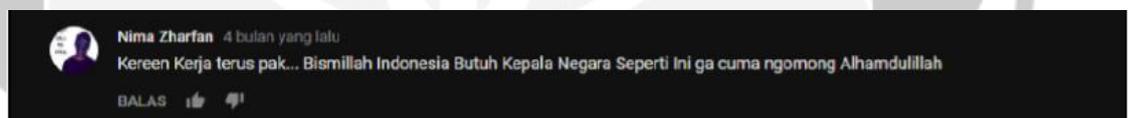
- i. Komentar terkait video “Kabar Kerja 16 Mei – Lintas Nusantara”. Pada komentar di bawah ini, dua *coder* memaknai komentar tersebut dengan sama yaitu makna komentar mengandung makna akan komponen kredibilitas yang masuk ke dalam kategori turunan dapat dipercaya dengan nada pesan positif. Berikut adalah bukti komentar tersebut:



Kata kunci pada komentar di atas terletak pada kata “*kerja nyata*” yang mana makna pesan dari kata tersebut dapat dipahami bahwa selama masa pemerintahan atau masa kerja Presiden Jokowi, publik bersangkutan menilai melalui rangsangan pesan yang dia terima dari video unggahan

presiden, bahwa Presiden Jokowi adalah sosok yang dapat dipercaya untuk mengemban dan merealisasikan janji serta target kerja pemerintah di masanya. Sehingga dari kesan tersebut, kata kunci itu juga dapat dimaknai sebagai sebuah kesan dukungan akan kepercayaan publik terkait pada sosok Presiden Jokowi.

- ii. Komentar terkait video “Kabar Kerja Juli 2017 – Perayaan Hari Anak Nasional” . Pada komentar di bawah ini, dua *coder* memaknai komentar tersebut dengan sama yaitu makna komentar mengandung makna akan komponen kredibilitas yang masuk ke dalam kategori turunan dapat dipercaya dengan nada pesan positif. Berikut adalah bukti komentar tersebut :



Kata kunci pada komentar tersebut yang menunjukkan bukti bahwa makna kata itu merupakan kesan positif akan komponen turunan dapat dipercaya pada sosok Presiden Jokowi dapat dilihat dari kata berikut. “*Kepala Negara Seperti ini ga cuma ngomong*” artinya, publik terkait melihat atau memiliki kesan pada Presiden Jokowi sebagai sosok yang dapat dipercaya dan bekerja tidak hanya bicara tetapi ada wujud nyata.

Pada komponen kredibilitas ini, peneliti tidak menemukan frekuensi data yang menunjukkan makna pesan negatif. Artinya, persebaran data di komponen ini hanya mengisi pada kategori nada pesan positif. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, hal ini dapat diartikan bahwa sebagai sosok presiden atau sumber politik, Presiden Jokowi dianggap atau memiliki kesan di benak publiknya

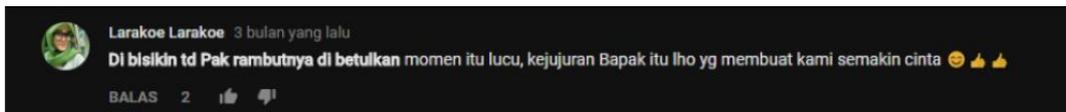
(netizen/viewers) sebagai sosok yang dapat dipercaya di aspek kinerjanya. Anggapan, kesan atau pandangan tersebut tentu menjadi sebuah *representative* dari citra yang dimiliki publik terhadap Presiden Jokowi, yaitu citra positif.

II. Berintegritas / tidak berintegritas.

Kategori kedua di dalam komponen kredibilitas terkait dengan kata “berintegritas. Berintegritas atau kata utamanya integritas pada penelitian ini dimaknai sebagai sebuah tindakan yang konsisten yang mengarah pada sebuah tindakan yang jujur sehingga hal tersebut menghasilkan pandangan akan kewibawaan dan kejujuran. Dari total frekuensi makna pesan di kategori yaitu 138, untuk kategori nada pesan positif dengan kategori turunan berintegritas terisi data sejumlah 4 dan kategori nada pesan negatif sejumlah 0 atau tidak ada data yang mengarah pada kategori tersebut. Sehingga pada sub – bab ini akan hanya dideskripsikan frekuensi data positif yang berjumlah 4. Dari total frekuensi makna pesan di komponen kredibilitas, empat makna pesan dimaknai oleh dua coder sebagai pesan yang memiliki makna berintegritas.

Persetujuan antar coder tersebut memberikan pemahaman bahwa, terdapat dua komentar yang menilai sosok sumber politik atau Presiden Jokowi merupakan sosok yang memiliki integritas atau berintegritas di dalam menjalankan tugas dan fungsinya. Pemaknaan positif ini dapat dilihat melalui bukti komentar tersebut seperti yang ditunjukkan di bawah ini:

- i. Komentar terkait video “Kabar Kerja 13 September 2017 – Kunjungan Ke Singapura”. Pada komentar di bawah ini, dua *coder* memaknai komentar tersebut dengan sama yaitu makna komentar mengandung makna akan



komponen **kredibilitas** yang masuk ke dalam kategori turunan **berintegritas** dengan nada pesan positif. Berikut adalah bukti komentar dengan nomer *coding* 05:

Pada komentar tersebut, kata kunci yang menjadi dasar *coder* memaknai komentar di atas sebagai sebuah komentar yang memiliki kesan publik akan kejujuran dengan nada pesan positif dapat dilihat melalui kalimat berikut. “*kejujuran Bapak itu yang membuat kami semakin cinta (symbol smile) (symbol thumbs)*”, melalui kata “*kejujuran Bapak*” di kalimat tersebut *coder* memaknai bahwa publik bersangkutan memiliki penilaian atas kejujuran (integritas) Presiden Jokowi ketika sang ibu negara memberitahu beliau terkait rambut yang tidak rapi dan beliau mengungkapkan bahwa dapat teguran untuk merapikan rambutnya di depan *audience* sehingga *audience* di acara tersebut tertawa. Lebih lanjut, pada kalimat berikutnya yaitu “*itu yang membuat kami semakin cinta (symbol smile) (symbol thumbs)*” menjelaskan kesan rasa suka yang dimiliki oleh publik bersangkutan karena adanya penilaian kejujuran pada sosok Presiden Jokowi pada kalimat sebelumnya.

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya bahwa untuk kategori nada pesan negatif di kategori ini tidaklah ada. Artinya, persebaran frekuensi makna pesan di komponen kredibilitas pada kategori berintegritas dan tidak berintegritas hanya tersebar atau mengisi kategori nada pesan positif yaitu berintegritas. Hal tersebut

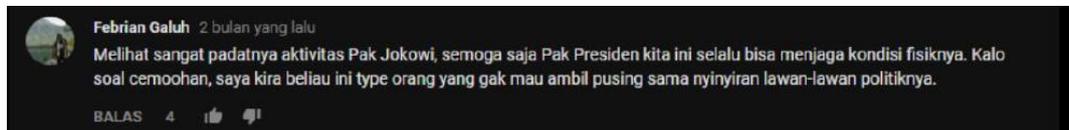
menunjukkan untuk bagian ini, sekali lagi Presiden Jokowi dipandang dengan citra atau kesan yang baik dan positif.

III. Transparan / tidak transparan.

Kategori ketiga dari komponen kredibilitas yaitu transparan. Makna kata transparan yang ada di penelitian ini, dimakanai sebagai sebuah sikap yang dimiliki oleh sumber politik yaitu Presiden Jokowi terkait keterbukaan atau transparansi yang dimiliki dan dilakukan khususnya di dalam kinerja presiden. Keterbukaan tersebut berupa keterbukaan informasi dalam aspek *progress* kerja, pencapaian kerja, rancangan kerja pemerintah dan lain sebagainya. Hal itu pun juga sebaliknya apabila melihat makna dari kata tidak transparan. Dari total frekuensi data atas makna pesan kredibilitas yang berjumlah 138, terdapat 4 frekuensi data bernadakan positif dan 0 frekuensi data bernadakan negatif. Artinya, seperti dengan kategori sebelum – sebelumnya, Presiden Jokowi dipandang oleh publiknya (netizen/viewers) sebagai sosok yang memiliki sikap transparan. Beliau dipandang sebagai presiden yang memberikan keterbukaan atas aktivitas kerjanya agar publik mengetahui dan paham terkait *progress* kerja pemerintah baik yang telah atau sedang dilakukan dan dilaksanakan dan rencana yang akan dilakukan dan dilaksanakan. Bukti komentar atas hal ini dapat dilihat melalui beberapa komentar berikut ini:

- i. Komentar terkait video “Kabar Kerja Oktober 2017 – Jawa Tengah dan Bali” . Pada komentar di bawah ini, dua *coder* memaknai komentar tersebut dengan sama yaitu makna komentar mengandung makna akan

komponen kredibilitas yang masuk ke dalam kategori turunan **transparan** dengan nada pesan positif. Berikut adalah bukti komentar tersebut :



Pada komentar tersebut, kata kunci yang menjadi dasar *coder* memaknai bahwa publik bersangkutan memiliki kesan atau penilaian yang merujuk pada kategori transparan dapat dilihat melalui kalimat berikut. “*melihat sangat padatnya aktivitas Pak Jokowi*” merupakan kata kunci yang timbul atas sikap transparansi presiden di dalam mengkomunikasikan aktivitas kerjanya melalui video unggahan di Youtube channel miliknya. Dari kalimat tersebut maka publik dapat menilai bahwa presiden merupakan sosok yang terbuka karena telah mampu membuat publik bersangkutan melihat apa saja aktivitas kerja beliau selama ini. Dari transparansi aktivitas kinerjanya tersebut, muncul pula sebuah rasa simpati yang cenderung menuju sikap dukungan publik tersebut dengan melihat kalimat berikutnya yaitu “*semoga saja Pak Presiden bisa menjaga kondisi fisiknya*”.

- ii. Komentar terkait video “Kabar Kerja Mei 2017 – Latihan Pasukan TNI di Natuna” . Pada komentar di bawah ini, dua *coder* memaknai komentar tersebut dengan sama yaitu makna komentar mengandung makna akan komponen kredibilitas yang masuk ke dalam kategori turunan transparan dengan nada pesan positif. Berikut adalah bukti komentar tersebut :



Pada komentar di atas, kata kunci yang ada dan menjadi dasar penilaian coder bahwa ada sebuah makna akan penilaian publik bersangkutan terhadap sikap transparansi Presiden Jokowi dapat dilihat melalui kalimat berikut. “**KERJANYATA**” merupakan kata kunci yang memiliki makna bahwa presiden telah mampu menciptakan sebuah sikap transparansi atas kinerjanya dengan mengkomunikasikan melalui Youtube channelnya dan membuat publik bersangkutan dapat merasakan dan melihat kerja nyata sang presiden.

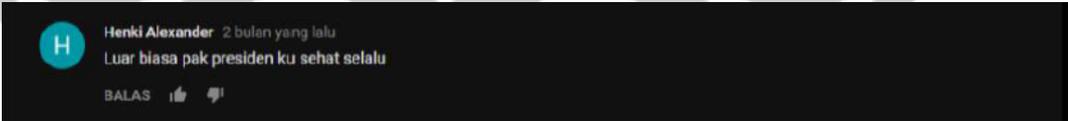
Pada kategori nada pesan negatif, tidak ditemukan adanya frekuensi data yang mengisi, sehingga untuk kategori transparan, Presiden Jokowi dapat dikatakan memiliki pandangan, kesan atau citra di benak publiknya sebagai sosok yang transparan khususnya di dalam menginformasikan informasi – informasi atau pesan – pesan yang perlu publik atau masyarakat tahu. Transparansi tersebut akhirnya menciptakan persepsi terkait kinerja yang nyata, dan bahkan rasa salut atas aktivitas kerja beliau.

IV. Mampu / tidak mampu.

Kategori terakhir pada komponen kredibilitas yaitu terkait dengan kata “mampu”. Mampu di dalam penelitian ini dimaknai atau merujuk pada kinerja sumber politik atau Presiden Jokowi pada saat menjalankan fungsinya sebagai seorang kepala pemerintahan dan negara. Melalui kategori ini, peneliti ingin mengetahui seberapa besar publik menilai atau memiliki persepsi dan kesan terhadap Presiden Jokowi sebagai sosok yang mampu ataupun tidak mampu di dalam menjalankan fungsi dan tugasnya sebagai kepala pemerintahan dan negara.

Dari total frekuensi data di komponen kredibilitas sebesar 138, kategori nada positif yang merujuk pada kata mampu mendapatkan porsi frekuensi paling banyak. Adapun total frekuensinya berjumlah 96 pemaknaan pesan yang mendapat persetujuan dari dua *coder* dan didapatkan melalui jumlah komentar sebanyak 48 buah. Selain itu, pada kategori nada pesan negatif, komponen ini juga terdapat 4 frekuensi data yang mendapat persetujuan bersama dari dua *coder*, artinya terdapat dua komentar yang memiliki pandangan atau kesan tidak baik kepada Presiden Jokowi di aspek kemampuan atau mampu. Berikut merupakan beberapa bukti komentar yang telah dilakukan *coding* oleh dua *coder* di penelitian ini dan mendapat persetujuan antar keduanya untuk dimasukkan ke kategori – kategori di atas:

- i. Komentar terkait video “Kabar Kerja 10 Oktober 2017 – HUT TNI Ke – 72” . Pada komentar di bawah ini, dua *coder* memaknai komentar tersebut dengan sama yaitu makna komentar mengandung makna akan komponen **kredibilitas** yang masuk ke dalam kategori turunan **mampu** dengan nada pesan positif. Berikut adalah bukti komentar tersebut :



Henki Alexander · 2 bulan yang lalu
Luar biasa pak presiden ku sehat selalu

Kata kunci pada komentar di atas dapat dilihat melalui kata atau kalimat “*luar biasa*” yang mengandung makna akan impresi kekaguman publik bersangkutan yang dihasilkan dari proses pencitraan di mana rangsangan berupa pesan tentang aktivitas dan informasi kinerja Presiden Jokowi dikomunikasikan melalui Youtube channel miliknya. Kekaguman tersebut dimaknai oleh *coder* sebagai sebuah pesan yang memiliki maksud atau

makna bahwa Presiden Jokowi merupakan orang yang telah mampu mencapai tujuan – tujuan dari masa pemerintahannya.

- ii. Komentar terkait video “Kabar Kerja 10 Oktober 2017 – HUT TNI Ke – 72” . Pada komentar di bawah ini, dua *coder* memaknai komentar tersebut dengan sama yaitu makna komentar mengandung makna akan komponen **kredibilitas** yang masuk ke dalam kategori turunan **mampu** dengan nada pesan positif. Berikut adalah bukti komentar tersebut :



Seperti bukti komentar sebelumnya, kata kunci pada komentar di atas terletak pada impresi kekaguman publik bersangkutan dengan menyatakannya melalui kalimat “*joss gandoss*”. *Coder* memaknai bahwa publik bersangkutan menilai Presiden Jokowi sebagai seorang pemimpin yang mampu di dalam menjalankan tugas dan fungsinya selama ini dengan berbagai capaian yang didapatkannya dan dikomunikasikan melalui Youtube channel miliknya. Penilaian tersebut memang tidak secara langsung menyebutkan kata “**mampu**” di dalam pesan pernyataanya, namun kata mampu dapat dilihat melalui impresi kalimat kekaguman yang diungkapkannya.

- iii. Komentar terkait video “Kabar Kerja Mei 2017 – Latihan Pasukan TNI di Natuna”. Pada komentar di bawah ini, dua *coder* memaknai komentar tersebut dengan sama yaitu makna komentar mengandung makna akan komponen kredibilitas yang masuk ke dalam kategori turunan tidak

mampu dengan nada pesan negatif. Berikut adalah bukti komentar tersebut :



Pada komentar di atas yang dimaknai oleh coder sebagai sebuah penilaian negative terhadap Presiden Jokowi pada kategori turunan kemampuan didasarkan pada kata kunci “*utang makin numpuk*”. Pada kalimat tersebut atau kata – kata tersebut, coder memaknai maksud pesan yang dilontarkan oleh publik bersangkutan menilai bahwa selama masa pemerintahan Presiden Jokowi ini, tingkat hutang Indonesia mengalami sebuah peningkatan atau lonjakan yang drastis. Peningkatan tersebut menjadi dasar publik bersangkutan menilai bahwa, Presiden Jokowi tidak mampu di dalam menjalankan fungsi serta tugasnya sebagai kepala pemerintahan untuk menekan utang Indonesia namun malah tingkat utang mengalami kenaikan. Publik tersebut tidak secara langsung menyebutkan kata atau kalimat “*tidak mampu*”, namun melalui impresi ketidak sukaan atau kekecewaan yang tertuang di pesan itu, maka coder sudah dapat memaknai komentar tersebut merupakan komentar yang menunjukkan penilaian publik atas ketidak mampuan kinerja presiden.

- iv. Komentar terkait video “Kabar Kerja Juli 2017 – Perayaan Hari Anak Nasional”. Pada komentar di bawah ini, dua *coder* memaknai komentar tersebut dengan sama yaitu makna komentar mengandung makna akan komponen kredibilitas yang masuk ke dalam kategori turunan tidak

mampu dengan nada pesan negatif. Berikut adalah bukti komentar tersebut:



Kata kunci yang menjadi penilaian coder memasukan komentar di atas pada kategori nada pesan negative di kategori turunan tidak mampu terletak pada kata atau kalimat “*percuma masih banyak anak goblok*”. Kata “*percuma*” menunjukkan sebuah kesan atau penilaian negatif bahwa apa yang dilakukan oleh Presiden Jokowi sesuai dengan kegiatan kerja beliau yang dikomunikasikan di video dengan judul Perayaan Hari Anak Nasional merupakan sebuah aktivitas kerja yang tidak menimbulkan dampak atau manfaat positif bagi anak – anak. Hal itu diperkuat dengan kalimat lanjutan yang berbunyi “*masih banyak anak – anak goblok*”, sehingga penilaian tersebut lebih menguatkan coder untuk memasukan komentar ini ke dalam kategori nada pesan negative di kategori turunan tidak mampu.

V. Netral

Pada kategori nada pesan netral yang masuk di dalam komponen kredibilitas ini, memiliki jumlah frekuensi 2. Artinya dari jumlah frekuensi tersebut, didapatkan melalui satu komentar publik Presiden Jokowi yang menyatakan opini pribadinya terkait sosok presiden secara berimbang.

b. Arah komentar berdasarkan temuan data pada komponen daya tarik.

Komponen selanjutnya atau komponen kedua dari unit analisis sumber politik ialah “Daya Tarik”. Komponen daya tarik sendiri memiliki jumlah frekuensi

data yang cukup banyak, yaitu 99. Namun berbeda dengan komponen sebelumnya, pada komponen daya tarik ini, jumlah frekuensi tersebut hanya terkonsentrasi pada satu kategori nada pesan yaitu nada pesan positif. Artinya pada komponen ini tidak ada koemntar yang memiliki makna negatif dan juga netral. Maka pada bagian ini, peneliti akan langsung mendeskripsikan kategori nada pesan positif saja. Pada komponen ini di bagian kategori nada pesan positif, terdapat enam kategori turunan yang meliputi: sederhana, sopan, dekat dengan rakyat / merakyat, atraktif / energik, tegas, dan juga humoris. Pada persebarannya, total frekuensi data di atas secara merata tersebar ke tiap – tiap kategori turunan tersebut. Berikut adalah deskripsi di tiap kategori – kategori turunan dari komponen daya tarik dengan kategori nada pesan positif.

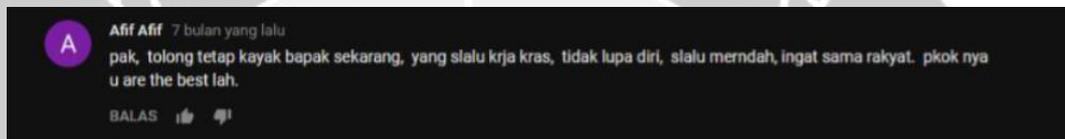
I. Sederhana

Pada kategori turunan ini, kata sederhana di sini dimaknai atau memiliki maksud yang merujuk pada penampilan dan kehidupan sumber politik atau Presiden Jokowi. Dari total frekuensi di komponen daya tarik yang berjumlah 99 makna pesan, untuk kategori turunan yang merujuk pada “sederhana” dengan nada pesan positif berjumlah sebesar 29 dan menduduki jumlah frekuensi kedua terbanyak setelah kategori turunan atraktif/energi. Dari frekuensi data tersebut maka dapat dimaknai bahwa, melalui aktivitas komunikasi politiknya di *platform* media sosial Youtube, publik menilai bahwa sosok Presiden Jokowi memiliki karakteristik, kepribadian, dan penampilan yang sederhana dan menarik. Dari kesederhanaan dan sisi yang menarik tersebut, muncullah sebuah kesan baik atau positif yang menjadi representasi dari sebuah citra positif di

benak publik. Berikut adalah beberapa komentar yang disetujui oleh dua coder untuk dimasukkan ke dalam klasifikasi kategori ini.

- i. Komentar terkait video “Kabar Kerja 16 Mei – Lintas Nusantara”. Pada komentar di bawah ini, dua *coder* memaknai komentar tersebut dengan sama yaitu makna komentar mengandung makna akan komponen daya tarik yang masuk ke dalam kategori turunan sederhana dengan nada pesan positif.

Berikut adalah bukti komentar tersebut:



kata kunci pada komentar di atas yang menjadi dasar penilaian coder bahwa publik tersebut memiliki kesan atau menilai bahwa Presiden Jokowi merupakan sosok yang sederhana terletak pada kata atau kalimat “*tidak lupa diri, slalu merendah*”. Kata atau kalimat tersebut dimaknai oleh coder bahwa, melalui pesan yang disampaikan presiden dan dipersepsikan oleh publik bersangkutan sehingga menjadi dasar penilaian, publik tersebut menghasilkan sebuah kesan atas penialiaanya bahwa presiden adalah sosok yang sederhana dan menyampaikan harapannya atas kesederhanaan tersebut agar tidak berubah. Publik tersebut memang tidak secara langsung menyapaikan kata “*sederhana*”, namun melalui kalimat atau kata “*tidak lupa diri*” dapat diartikan bahwa sosok presiden selama ini telah menjadi sosok yang tidak meninggalkan atau melupakan kehidupan dia sebelumnya yang notabennya hanya rakyat biasa yang terlahir dari keluarga sipil dan miskin di masa kecilnya. Serta kata “*selalau merendah*” dapat diartikan bahwa presiden selama ini merupakan sosok yang rendah dan bukan sosok yang

sombong atau angkuh atas jabatan tingginya. Hal itu pada akhirnya diwujudkan, sekali lagi melalui harapan agar tidak ada yang berubah dari sikap dan perilaku presiden.

II. Sopan

Pada kategori turunan ini, kata sopan memiliki sebuah makna atau arti bahwa sumber politik dipandang, dinilai, atau mendapat kesan sebagai sosok yang sopan atau santun dan menjaga tata krama pada konteks ucapan dan tindakan saat menjalankan fungsi dan tugasnya sebagai seorang kepala pementahan dan negara. Pada total frekuensi data di komponen daya tarik yang berjumlah 99, kategori turunan ini mendapatkan persedabaran frekuensi sebesar 2. Artinya hanya satu publik Presiden Jokowi yang memiliki pandangan, kesan atau citra yang positif terkait kategori turunan ini. Walaupun demikian ini dapat membuktikan adanya data positif yang menjadi bagian dari unsur citra positif presiden. Adapun bukti dari komentar tersebut terletak pada video “Kabar Kerja 16 Mei – Lintas Nusantara” dapat dilihat di bawah ini. Komentar tersebut mendapatkan persetujuan yang sama di antara dua *coder* terkait kategori yang telah disebutkan sebelumnya. Berikut adalah bukti komentar tersebut.



Kata kunci yang menjadi dasar penilaian *coder* dari komentar di atas dapat dilihat melalui kata atau kalimat “*selalu merendah*”. Kalimat tersebut menunjukkan bahwa kesan yang dimiliki atau penilaian yang dimiliki oleh publik tersebut pada Presiden Jokowi selama ini ialah sebagai sosok yang merendah dan berharap bahwa presiden akan selalu menjadi sosok merendah. Kata

merendah sendiri dapat dimaknai sebagai suatu sikap dan perilaku yang tidak angkuh atau sombong sehingga mau membaur dengan rakyat (dalam konteks sebagai presiden). Hal tersebut secara otomatis akan memiliki korelasi terhadap sikap atau perilaku yang **sopan** dari Presiden Jokowi.

III. Dekat dengan rakyat / merakyat

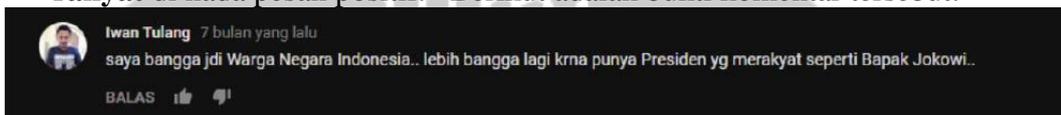
Kategori turunan selanjutnya merupakan kategori turunan yang berkaitan dengan kedekatan dengan rakyat atau dengan kata lain “dekat dengan rakyat”. Kategori turunan dari komponen daya tarik ini memiliki maksud atau pengertian sebagai sebuah pandangan, kesan atau citra yang dimiliki oleh publik terhadap sosok sumber politik yaitu Presiden Jokowi bahwa sebagai sosok pejabat publik Presiden Jokowi dinilai sebagai pribadi yang tidak canggung untuk berinteraksi baik verbal maupun non – verbal (jabat tangan). Dari hal tersebut berpotensi memunculkan sebuah persepsi bahwa tidak adanya GAP atau kesenjangan jarak antara pemimpin dan rakyat. Dari total frekuensi di komponen daya tarik dengan jumlah 99, kategori turunan dengan nada positif ini mendapatkan persebaran frekuensi sebesar 12. Jumlah tersebut berarti, terdapat enam komentar yang merupakan bagian dari jumlah populasi sampel yang menyatakan bahwa Presiden Jokowi adalah presiden yang merakyat dengan senang hati mau berinteraksi secara langsung. Bukti komentar tersebut dapat dilihat melalui beberapa bukti komentar berikut yang berasal dari beberapa video unggahan yang ada di *playlist* “Kabar Kerja”.

- i. Komentar terkait video “Kabar Kerja Juli 2017 – Perayaan Hari Anak Nasional” . Pada komentar di bawah ini, dua *coder* memaknai komentar tersebut dengan sama yaitu makna komentar mengandung makna akan komponen **daya tarik** yang masuk ke dalam kategori turunan **dekat dengan rakyat** di nada pesan positif. Berikut adalah bukti komentar tersebut :



Kata kunci yang menjadi dasar penilaian *coder* untuk memaknai komentar tersebut merupakan sebuah komentar yang memiliki penilaian terhadap Presiden Jokowi sebagai sosok yang dekat dengan rakyat ialah kalimat atau kata – kata “*presiden yang bermasyarakat*”. Kalimat atau kata – kata tersebut secara jelas menyatakan bahwa sebagai seorang presiden, Presiden Jokowi dinilai atau dikesankan oleh publik tersebut sebagai seorang pribadi pemimpin yang dekat dengan rakyat. Secara lebih lanjut, kalimat sebelumnya menjelaskan alasan terkait mengapa penilaian tersebut disematkan kepada Presiden Jokowi, adapun kalimat yang menerangkan alasan yaitu “*presiden negara mana yg punya channel youtube? only in Indonesia*” merupakan kalimat yang menerangkan bahwa publik tersebut menilai dari komitmen keterbukaan presiden dengan memanfaatkan Youtube untuk menginformasikan segala bentuk kinerja presiden maupun pemerintah selama ini. Sehingga dari alasan tersebut publik bersangkutan menilai bahwa aktivitas *vlog* yang dilakukan merupakan satu bentuk bahwa presiden memiliki komitmen untuk dekat dengan rakyat.

ii. Komentar terkait video “Kabar Kerja Mei 2017 – Latihan Pasukan TNI di Natuna” . Pada komentar di bawah ini, dua *coder* memaknai komentar tersebut dengan sama yaitu makna komentar mengandung makna akan komponen **daya tarik** yang masuk ke dalam kategori turunan **dekat dengan rakyat** di nada pesan positif. Berikut adalah bukti komentar tersebut:



Kata kunci pada komentar di atas yang menjadi dasar penilaian *coder* untuk menentukan bahwa makna komentar tersebut masuk ke dalam kategori turunan dekat dengan rakyat dan dengan nada positif dapat dilihat melalui kata – kata atau kalimat, “*bangga lagi krna punya Preisden yg merakyat*”. Pada kata – kata atau kalimat tersebut, publik bersangkutan secara langsung dan jelas menyebutkan kata “*merakyat*” yang disertai impresi rasa suka pada kata sebelumnya yaitu “*bangga*”. Berdasarkan dua kata tersebut maka *coder* menilai komentar atau kesan publik pada Presiden Jokowi tersebut dapat dimaknai bahwa publik mempersepsikan presiden sebagai sosok yang merakyat yang dilihatnya melalui rangsangan berupa pesan non – verbal yang termuat pada video unggahan yang terkait. Rasa suka akan sikap dan perilaku merakyat Presiden Jokowi tersebut lebih rinci dilihat dari impresi kebanggaan yang dilontarkannya di komentar, sehingga komentar tersebut masuk ke dalam kategori nada pesan yang positif.

IV. Atraktif / energik

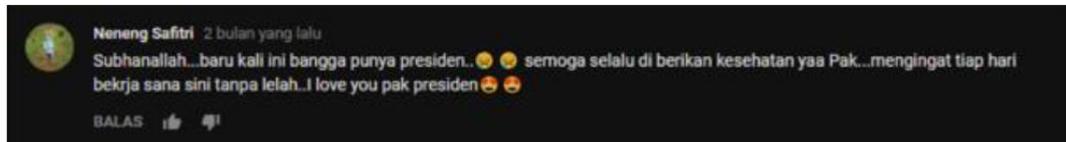
Kategori turunan berikutnya pada komponen daya tarik ini ialah atraktif atau energik. Sebagai seorang tokoh publik dan politik serta menduduki jabatan

yang tinggi di republik ini, Presiden Jokowi terus melakukan komunikasi dengan masyarakat salah satunya melalui *platform* media sosial yang pada penelitian ini adalah Youtube. Kategori atraktif atau energik pada penelitian ini memiliki arti atau pemahaman bahwa bagaimana pandangan publik terkait aspek atraktivitas dan aspek energik Presiden Jokowi saat menjalankan kinerjanya sebagai seorang kepala pemerintahan dan negara, apakah presiden dipandang sebagai seseorang yang memiliki semangat, kerja keras tanpa kenal lelah dan dipandang sebagai seseorang lincah atau sebaliknya yang menunjukkan aspek – aspek negatif di kategori ini. Dari total frekuensi di komponen daya tarik yang berjumlah 99 ini, kategori atraktif atau energik mendapat persebaran frekuensi data sebesar 36 dengan nada pesan secara keseluruhan adalah positif. Pada kategori ini, tidak ada komentar yang memiliki makna pesan negatif yang diberikan oleh publik pada sosok Jokowi melalui kolom komentar di Youtube *channel* beliau. Dari data itu maka dapat dipahami bahwa 18 komentar dari total keseluruhan jumlah populasi menganggap atau memiliki pandangan, kesan dan citra terhadap sosok presiden, sebagai seorang yang atraktif dan energik saat menjalankan tugasnya. Hal itu dapat dilihat dari beberapa bukti komentar yang menunjukkan tentang makna pesan atas penilaian publik kepada Presiden Jokowi seperti yang disebutkan sebelumnya.

- i. Komentar terkait video “Kabar Kerja Oktober 2017 – Jawa Tengah dan Bali”.
Pada komentar di bawah ini, dua *coder* memaknai komentar tersebut dengan sama yaitu makna komentar mengandung makna akan komponen daya tarik

yang masuk ke dalam kategori turunan **atraktif/energik** di nada pesan positif.

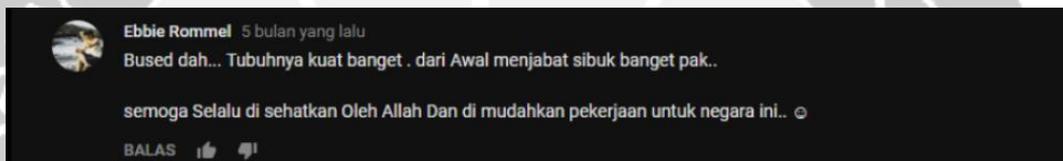
Berikut adalah bukti komentar tersebut:



Kata kunci pada komentar di atas yang menjadi dasar penilaian coder memaknai bahwa pernyataan publik tersebut memiliki makna pesan akan penilaiannya pada Presiden Jokowi bahwa presiden merupakan sosok yang atraktif atau energik dapat dilihat pada kata – kata atau kalimat “*tiap hari bekerja sana sini tanpa lelah*”. Kata – kata atau kalimat tersebut memang tidak secara langsung menyebutkan kata atraktif atau energik di komentar itu melainkan, apabila dikorelasikan dengan makna atraktif atau energik yang berarti menunjukkan perilaku seseorang di dalam beraktivitas tanpa mengenal lelah atau capek dan penuh semangat, maka kata – kata atau kalimat “*tiap hari bekerja sana sini tanpa lelah*” dapat dimaknai sebagai penilaian publik tersebut pada presiden bahwa sumber politik merupakan sosok yang penuh dengan atraktif dan energik di dalam menjalankan pekerjaannya atau aktivitas kerjanya sebagai seorang kepala pemerintahan atau negara untuk mencapai target kerja dan memecahkan masalah yang ada di Indonesia. Hal tersebut tentu tidak terlepas dari rangsangan pesan yang didapatkan publik tersebut melalui konten pesan yang ada di video unggahan presiden. Pada seluruh video khususnya video dengan judul yang terkait ini, termuat beberapa hari aktivitas kinerja presiden yang dikemas di satu video untuk menjadi media penyampai tentang kinerja presiden kepa publik khususnya warganet. Tidak

heran apabila publik tersebut menilai presiden merupakan sosok yang atraktif atau energik.

- ii. Komentar terkait video “Kabar Kerja Juli 2017 – Kunjungan Ke Sumba, Makassar dan Balikpapan” . Pada komentar di bawah ini, dua *coder* memaknai komentar tersebut dengan sama yaitu makna komentar mengandung makna akan komponen **daya tarik** yang masuk ke dalam kategori turunan **atraktif/energik** di nada pesan positif. Berikut adalah bukti komentar tersebut :



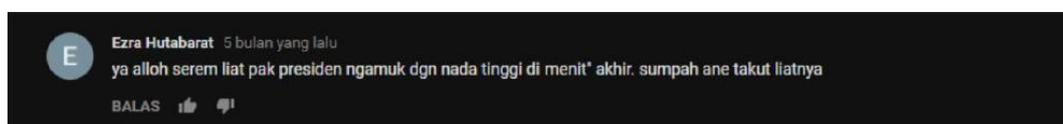
Sama halnya dengan bukti sampel atau komentar sebelumnya, pada komentar di atas terdapat kata atau kalimat kunci yang dijadikan alasan penilaian *coder* mengapa sampel atau komentar tersebut memiliki makna akan penilaian pada sosok Presiden Jokowi yang atraktif atau energik. Adapun kata atau kalimat kunci tersebut dapat dilihat pada kata atau kalimat “***Tubuhnya kuat banget . dari awal menjabat sibuk banget pak..***”. Sekali lagi, komentar tersebut tidak secara langsung menyebutkan kata atraktif atau energik sama halnya dengan bukti sebelumnya, namun kata – kata “***kuat banget***” dan “***sibuk banget***” dapat dimaknai bahwa melalui pesan aktivitas kinerjanya di dalam pemenuhan agenda kerja yang terangkum di dalam sebuah video kabar kerja, publik tersebut menilai bahwa presiden merupakan sosok yang penuh semangat yang dapat dimaknai dari kata “***sibuk banget***” di mana seakan – akan publik

tersebut menilai presiden memiliki jadwal full tiap harinya namun tidak lelah dan terus penuh semangat.

V. Tegas

Kategori turunan berikutnya berkaitan dengan sikap dan sifat yang dimiliki oleh sumber politik yaitu ketegasan atau “tegas”. Makna tegas di dalam penelitian ini dimaknai sebagai sebuah tindakan berani dan lantang di dalam bertindak dan berucap pada *statement* beliau saat menjalankan fungsi jabatan sebagai seorang pemimpin negara. Dari 99 jumlah tabel frekuensi makna di komponen daya tarik, jumlah kategori turunan ini mendapatkan sebaran data sebesar 6 di nada positif dan untuk nada negatif tidak terdapat frekuensi pesan di dalam kategori turunan ini. Enam frekuensi data di kategori turunan ini dengan nada positif, menunjukan bahwa terdapat tiga sampel atau komentar yang dilontarkan atau dinyatakan publik terkait sikap ketegasan Presiden Jokowi. Mereka juga dapat dikatakan bahwa sebagai sosok pemimpin negara, Presiden Jokowi merupakan sosok yang tegas di dalam menentukan dan menindaklanjuti masalah – masalah yang sedang dihadapi negara salah satu contohnya terkait isu ormas atau PKI.

Bukti komenatar tersebut dapat ditemukan melalui beberapa sampel atau komentar yang ada di video “Kabar Kerja Mei 2017 – Lathian Pasukan TNI di Natuna”. Bukti komentar lebih tepatnya seperti yang ada di bawah ini, komentar tersebut mendapatkan persetujuan oleh dua *coder* sebagai sampel yang memiliki makna **tegas** di dalamnya. Berikut adalah komentar – komentar yang telah disebutkan di atas.



Pada komentar di atas, kata kunci atau kalimat yang menjadi dasar penilaian *coder* untuk memaknai sebagai komentar yang mengesankan presiden merupakan sosok yang tegas dapat dilihat pada kata – kata atau kalimat “***pak presiden ngamuk dgn nada tinggi***”. Komentar tersebut memang tidak secara langsung menyebutkan kata atau kalimat tegas di dalam mempersepsikan sosok presiden, namun merujuk kata – kata atau kalimat kunci tersebut, publik bersangkutan menilai pernyataan presiden yang termuat di video kabar kerja pada judul yang terkait merupakan sebuah pernyataan yang tegas karena muncul rasa takut akibat ketegasan presiden yang ditunjukkan melalui penekanan nada yang tinggi oleh Presiden Jokowi. Tegas sendiri dapat dimaknai sebagai sebuah sikap atau perilaku yang dimiliki atau dilakukan oleh seseorang secara pasti atau tidak ragu – ragu.

VI. Humoris

Kategori turunan terakhir pada komponen ini ialah “humoris”. Arti atau maksud kata humoris pada kategori turunan ini ialah, sebagai sosok pejabat publik dan tokoh politik, Presiden Jokowi dipandang atau dipersepsikan sebagai seorang yang memiliki selera humor yang dilihat atau didengar dari pernyataan – pernyataan beliau di video unggahan pada *playlist* “Kabar Kerja”. Pada kategori turunan ini terdapat total jumlah frekuensi sebesar 14 makna pesan yang disetujui oleh dua *coder* masuk di kategori ini dengan kategori nada pesan positif. Artinya terdapat 7 komentar dari total sampel atau total populasi, yang memandang atau mempersepsikan Presiden Jokowi sebagai sosok yang

memiliki selera humor dari pernyataan beliau di video unggahannya. Berikut merupakan beberapa komentar yang menjadi bukti pernyataan yang dilontarkan oleh publik Presiden Jokowi terkait rasa humor yang dimiliki presiden yang dilontarkan melalui pernyataannya.

- i. Komentar terkait video “Kabar Kerja Mei 2017 – Latihan Pasukan TNI di Natuna” . Pada komentar di bawah ini, dua *coder* memaknai komentar tersebut dengan sama yaitu makna komentar mengandung makna akan komponen **daya tarik** yang masuk ke dalam kategori turunan **humoris** di nada pesan positif. Berikut adalah bukti komentar tersebut :



Kata atau kalimat kunci pada komentar di atas yang dijadikan dasar *coder* menilai atau memaknai komentar tersebut memiliki makna atau kesan publik akan Presiden Jokowi yang humoris dapat dilihat dari penggunaan emoticon atau simbol di komentar itu. Adapun emoticon atau simbol yang dimaksud ialah sebuah emoticon atau simbol yang mengekspresikan perilaku tertawa. Dari hal itu, maka *coder* memaknai bahwa publik bersangkutan memiliki penilaian terhadap sosok Presiden Jokowi khususnya pada pernyataan yang ia utarakan di salah satu bagian video itu merupakan hal yang lucu atau humoris.

- ii. Komentar terkait video “Kabar Kerja 16 Mei 2017 – Lintas Nusantara”. Pada komentar di bawah ini, dua *coder* memaknai komentar tersebut dengan sama yaitu makna komentar mengandung makna akan komponen **daya tarik** yang

masuk ke dalam kategori turunan **humoris** di nada pesan positif. Berikut adalah bukti komentar tersebut:

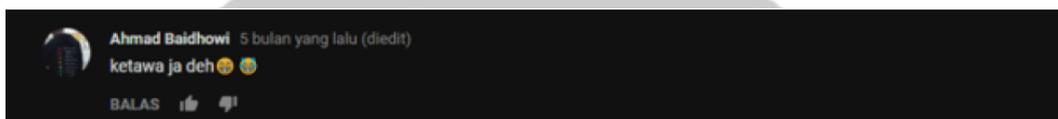


Kata kunci yang dijadikan dasar penilaian coder untuk memaknai bahwa komentar di atas memiliki makna pesan atas kesan publik tersebut pada presiden masuk ke dalam kategori turunan humoris ialah kata – kata atau kalimat “*spesial pasir wkwkwkwkwkkkk*”. Pada video dengan judul terkait, di menit terakhir presiden mengeluarkan sebuah kata – kata gurauan saat beliau mengakhiri *touring* - nya dalam rangka peninjauan pembangunan jalan Trans Papua menggunakan motor. Berdasarkan rangsangan tersebutlah, kemungkinan besar publik tersebut di dalam komentarnya menanggapi apa yang disampaikan presiden dengan kalimat yang mengarah pada rasa suka dan senang.

c. Arah komentar berdasarkan temuan data pada komponen kekuasaan.

Komponen ketiga di dalam unsur analisis sumber politik yaitu kekuasaan. Kekuasaan merupakan komponen yang diartikan sebagai kuasa yang dimiliki oleh Jokowi pada posisi jabatannya sebagai seorang presiden. Pada hasil temuan data yang telah dilakukan melalui aktivitas *coding* dengan melibatkan dua *coder*, terdapat hasil yang sangat berbeda apabila dibandingkan dengan komponen lainnya. Hasil temuan di komponen kekuasaan ini, tidak menunjukkan adanya persebaran frekuensi data secara merata di tiga kategori nada pesan yaitu positif, negatif, dan netral. Adapun total frekuensi makna di komponen ini hanya berjumlah 2. Frekuensi tersebutpun hanya berada di kategori nada pesan netral. Jumlah

frekuensi data sebesar 2 tersebut mengartikan bahwa hanya ada satu komentar yang mendapatkan pemaknaan dari dua *coder* dan merupakan komentar dengan makna **netral**. Berikut adalah bukti komentar tersebut yang ada pada video “Kabar Kerja Juli 2017 – Kunjungan Ke Sumba, Makassar, dan Balikpapan”.



Kata atau kalimat kunci “*ketawa ja deh*” dinilai atau dimaknai oleh para *coder* merupakan makna pesan yang netral di dalam menanggapi atau menilai sosok presiden maupun aktivitas kerjanya, karena di komentar tersebut atau sampel tersebut dapat dilihat bahwa nada pesan tidak mengarah pada nada positif maupun negatif.

d. Arah komentar berdasarkan temuan data pada komponen kepercayaan

Komponen kepercayaan merupakan komponen keempat yang ada di dalam unit analisis sumber politik. Komponen ini juga merupakan salah satu komponen penting di dalam unit analisis untuk menentukan keberhasilan sebuah aktivitas komunikasi politik. Pada komponen ini, jumlah frekuensi data memiliki angka paling tinggi persebarannya dari total keseluruhan yaitu 729 makna pesan. adapun total pada komponen ini berjumlah 480 frekuensi data. Total itu tersebar merata ke beberapa kategori turunan yang ada pada komponen ini di tiga kategori nada pesan yaitu positif, negatif, dan netral. Adapun kategori turunan tersebut serta jumlah persebaran frekuensi makna pesan di komponen ini yang berada pada nada pesan positif meliputi: menepati janji yang berjumlah 12 frekuensi data, dukungan yang berjumlah paling banyak dibanding lainnya yaitu 432 frekuensi data, amanah yang

berjumlah sebesar 10 frekuensi data, dan pemerataan pembangunan yang berjumlah 4 frekuensi data.

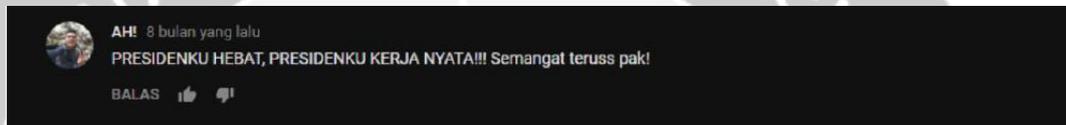
Sedangkan untuk kategori persebaran frekuensi data di nada pesan negatif berjumlah 18 yang kesemuanya hanya terfokuskan pada kategori turunan tidak mendukung. Sedangkan untuk kategori nada pesan netral berjumlah 4 frekuensi data. Berikut adalah persebaran data yang ditinjau melalui kategori – kategori turunan.

I. Menepati janji / tidak menepati janji.

Kategori turunan pertama pada komponen kepercayaan ialah terkait bagaimana sosok Presiden Jokowi dipandang atau dipersepsikan sebagai sosok tokoh publik dan tokoh pemerintahan yang telah menepati janjinya baik janji pada konteks politik ataupun janji pada konteks setelah menjabat sebagai seorang presiden. Dari total frekuensi data sebesar 480 tersebut, setidaknya terdapat 12 makna pesan yang disetujui oleh *coder* masuk ke dalam kategori positif. Artinya ada enam komentar yang ada di dalam delapan video yang menyatakan hal tersebut. Pada konteks kategori nada negatif, setelah melihat hasil temuan data yang kemudian diklasifikasikan di tabel frekuensi, peneliti tidak menemukan adanya persebaran frekuensi data keseluruhan di kategori turunan tidak mendukung. Dari hasil tersebut maka dapat dimaknai atau dipahami bahwa publik melihat bahwa sosok presiden adalah sosok yang telah mampu menepati janji – janji politik dan kinerjanya selama kurang lebih tiga tahun masa jabatan yang dilaluinya terhitung sejak unggahan video di *playlist*

Kabar Kerja. Berikut adalah bukti komentar positif yang masuk ke dalam kategori turunan ini.

- i. Komentar terkait video “Kabar Kerja Mei 2017 – Latihan Pasukan TNI di Natuna”. Pada komentar di bawah ini, dua *coder* memaknai komentar tersebut dengan sama yaitu makna komentar mengandung makna akan komponen **kepercayaan** yang masuk ke dalam kategori turunan **menepati janji** di nada pesan positif. Berikut adalah bukti komentar tersebut:



Kata kunci pada komentar di atas yang menjadi dasar *coder* menilai atau memaknai bahwa terdapat makna pesan atas kesan publik bersangkutan pada Presiden Jokowi sebagai sosok yang mampu menepati janji dapat dilihat melalui kata – kata atau kalimat “*PRESIDENKU KERJA NYATA*”. Kata – kata atau kalimat tersebut secara tersirat mengartikan bahwa, apa yang telah dikerjakan presiden dan dikomunikasikannya melalui Youtube lalu diterima oleh publik bersangkutan, telah berhasil menciptakan kesan bahwa Presiden Jokowi mampu menepati janji politik maupun kerjanya dan publik tersebut dapat melihat serta merasakannya sehingga muncul persepsi bahwa kinerja presiden merupakan kinerja yang nyata atau nampak.

- ii. Komentar terkait video “Kabar Kerja Juli 2017 – Perayaan Hari Anak Nasional”. Pada komentar di bawah ini, dua *coder* memaknai komentar tersebut dengan sama yaitu makna komentar mengandung makna akan komponen **kepercayaan** yang masuk ke dalam kategori turunan **menepati janji** di nada pesan positif Berikut adalah bukti komentar tersebut:



Kata kunci yang ada pada komentar di atas dan merupakan dasar *coder* untuk memaknai pesan komentar tersebut masuk ke dalam kategori turunan dapat dipercaya, terletak pada kata – kata atau kalimat “**Presiden yg kerjanya sudah nyata**”. Kata – kata tersebut dapat dimaknai bahwa, sebagai sosok pemimpin pemerintahan dan juga negara dan dengan berbagai janji politik ataupun kinerjanya, serta telah menjalankan masa pemerintahan hingga kurang lebih tiga tahun ini untuk mencapai berbagai pencapaian yang telah ada, publik mempersepsikan sosok Presiden Jokowi sebagai sosok yang menepati janji dengan kalimat atau kata “**nyata**”. Kata tersebut seakan – akan menyiratkan apa yang dilihat dan dirasakan publik pada program atau hasil kerja yang telah dilakukan pemerintah saat ini.

II. Dukungan / tidak mendukung

Kategori turunan kedua pada komponen kepercayaan di penelitian ini yaitu terkait dukungan dan tidak mendukung. Arti kata dukungan atau tidak mendukung di sini ialah, bagaimana sosok sumber politik atau Presiden Jokowi dipandang atau dipersepsikan sebagai sosok yang pantas didukung atau tidak didukung baik pada konteks dukungan politik seperti dukungan untuk maju ke pemilihan presiden 2019 atau dalam konteks dukungan kinerja seperti dukungan pada kebijakan dan langkah pemerintah selama ini. Hal tersebut juga sama pada aspek tidak mendukung yang mana publik berpandangan atau memiliki kesan

bahwa sosok sumber politik atau Presiden Jokowi tidak lah pantas untuk didukung atau secara langsung pernyataan tidak mendukung, baik pada konteks politik seperti pemilihan presiden 2019 ataupun tidak mendukung pada konteks kinerja seperti penerapan kebijakan dan lain sebagainya.

Dari total frekuensi data yang ada pada komponen ini yang berjumlah 480, persebaran pada kategori turunan ini dapat dikatakan cukup banyak. Pada konteks nada pesan positif saja, terdapat 432 makna pesan dari sampel yang disetujui oleh para *coder* masuk ke dalam kategori tersebut. Selain itu, terdapat pula jumlah frekuensi sampel di kategori nada pesan negatif untuk kategori turunan ini yang berjumlah 18. Dari dua data tersebut maka dapat diartikan bahwa, untuk frekuensi data positif di atas didapatkan melalui komentar dengan jumlah komentar sebanyak 216. Berarti sebanyak 216 netizen yang secara pernyataan di kolom komentar dengan mengeluarkan pandangan, persepsi atau citra yang mereka miliki terhadap Presiden Jokowi dengan bentuk opini pribadi secara gamblang menyatakan dukungannya. Dukungan tersebut terbagi menjadi dua sesuai dengan klasifikasi dukungan yang dimaksud di penelitian ini, yaitu politis dan dukungan yang dapat dikatakan dukungan kinerja. Berikut adalah beberapa bukti komentar yang menunjukkan makna pesan dukungan di beberapa judul video unggahan Presiden Jokowi.

- i. Komentar terkait video “Kabar Kerja Juli 2017 – Perayaan Hari Anak Nasional” . Pada komentar di bawah ini, dua *coder* memaknai komentar tersebut dengan sama yaitu makna komentar mengandung makna akan

komponen **kepercayaan** yang masuk ke dalam kategori turunan **dukungan** di nada pesan positif. Berikut adalah bukti komentar tersebut :



Kata kunci pada komentar di atas yang dijadikan dasar coder sebagai penilaian untuk mengkategorikan komentar tersebut masuk ke dalam kategori turunan dukungan, dapat dilihat melalui kata – kata atau kalimat “*Mari kita semuanya mendukung*”. Pada kata – kata atau kalimat tersebut secara jelas publik bersangkutan menyebutkan kata “*mendukung*” sebagai bukti adanya dukungan yang diberikannya pada sosok presiden atas apa yang publik dapatkan melalui pengalaman terkait kerja presiden baik mungkin secara langsung maupun tidak langsung (melalui saluran Youtube). Adapun kategori dukungan pada kalimat tersebut merupakan sebuah dukungan untuk sosok Jokowi pada konteks kinerja yang mana penilaian ini dibuktikan melalui kalimat sebelumnya yang berbunyi “*inilah Presiden memang untuk menyejahterakan rakyat Indonesia*”. Kalimat tersebut secara tersirat dapat dimaknai sebagai sebuah ungkapan tentang apa yang telah dikerjakan atau dicapai pada masa kerja Presiden Jokowi. Namun bukan hanya dukungan pada konteks kinerja saja yang dipersepsikan oleh publik tersebut, tetapi berdasarkan hasil proses persepsi yang dialami melalui rangsangan yang didapatkan oleh publik tersebut, dia juga menuliskan di dalam komentarnya terkait dukungan politis pada Presiden Jokowi. Hal itu dapat dibuktikan

melalui kata – kata atau kalimat “*kita pilih lagi Bapak Joko Widodo untuk period eke 2*”. Kata “*pilih lagi*” dapat diartikan atau dimaknai sebagai sebuah sikap atau tindakan yang akan diulang kembali pada satu waktu tertentu (pada konteks ini saat Pilpres 2019). Dari hasil di atas maka, makna nada pesan yang adapun dapat digolongkan sebagai nada pesan positif karena komentar publik tersebut dimaknai sebagai sebuah kesan suka yang berujung pada sikap dan perilaku untuk mendukung objek politik (Presiden Jokowi).

ii. Komentar terkait video “Kabar Kerja 10 Oktober 2017 – HUT TNI Ke – 72”.

Pada komentar di bawah ini, dua *coder* memaknai komentar tersebut dengan sama yaitu makna komentar mengandung makna akan komponen **kepercayaan** yang masuk ke dalam kategori turunan **dukungan** di nada pesan positif. Berikut adalah bukti komentar tersebut :



Kata kunci pada komentar di atas yang dijadikan dasar penilaian *coder* memaknai komentar tersebut untuk dikategorikan masuk pada kategori turunan dukungan dapat dilihat melalui kata – kata atau kalimat “*sehat selalu pak (thumb symbol)*”. Kata tersebut bermakna sebuah rasa dukungan terhadap sisi kesehatan presiden yang tentu aspek kesehatan tersebut akan sangat berkorelasi pada bagaimana presiden mampu menjalankan segala aktivitas kerjanya untuk memenuhi tanggung jawab sebagai seorang pemimpin pemerintah dan negara. Maka dapat disimpulkan bahwa, ungkapan

kepercayaan yang masuk ke dalam kategori turunan **tidak mendukung** di nada pesan negatif. Berikut adalah bukti komentar tersebut :



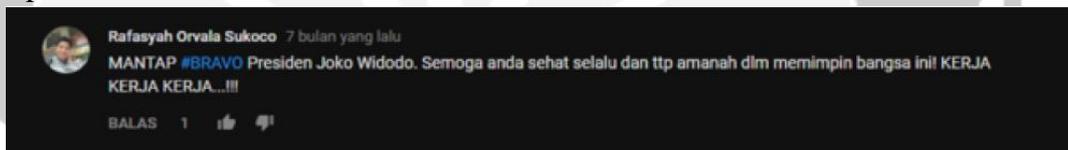
Kata kunci pada komentar di atas yang dijadikan dasar penilaian atau pemaknaan oleh coder dapat dilihat melalui kata – kata atau kalimat “*Utang makin numpuk*”. Pada kata – kata atau kalimat tersebut, dapat diartikan bahwa publik bersangkutan menilai Presiden Jokowi merupakan sosok pemimpin atau kepala pemerintahan yang tidak mampu di dalam menekan jumlah utang negara yang membuat utang negara mengalami sebuah peningkatan jumlah. Dari hal tersebut maka, komentar publik bersangkutan dapat diartikan pula sebagai sebuah pernyataan rasa tidak suka pada hasil kerja Presiden Jokowi yang secara otomatis berkorelasi pada sikap untuk tidak mendukungnya baik di konteks praktis maupun politis.

III. Amanah / tidak amanah

Kategori berikutnya yang ada pada komponen kepercayaan ialah amanah / tidak amanah. Pada kategori turunan ini, sumber politik dapat dipandang oleh publik (*netizen/viewers*) sebagai seseorang yang dapat menjalankan amanah atau tidak dapat menjalankan amanah sesuai dengan kewajiban dan tanggung jawabnya sebagai seorang presiden atau kepala pemerintahan dan kepala negara. Dari total frekuensi data yang ada di komponen kepercayaan dengan jumlah 480, terdapat 10 frekuensi data yang dihasilkan dari hasil temuan data pada saat *coding*. Sepuluh frekuensi data yang ada pada ketagori turunan ini kesemuanya terkonsentrasi pada makna pesan yang bernadakan positif. Artinya tidak ada

frekuensi data yang masuk ke dalam kategori nada pesan negatif ataupun netral. Dari kesepuluh frekuensi data tersebut maka dapat dipahami bahwa, terdapat lima komentar dari total sampel 262 yang menyatakan bahwa Presiden Jokowi adalah sosok yang amanah di dalam mengemban tugasnya. Adapun bukti komentar yang ada pada kategori turunan ini dan dengan nada positif, dapat dilihat di bawah.

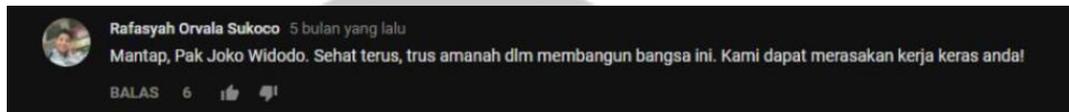
- i. Komentar terkait video “Kabar Kerja Mei 2017 – Latihan Pasukan TNI di Natuna”. Pada komentar di bawah ini, dua *coder* memaknai komentar tersebut dengan sama yaitu makna komentar mengandung makna akan komponen **kepercayaan** yang masuk ke dalam kategori turunan **amanah** di nada pesan positif. Berikut adalah bukti komentar tersebut:



Kata kunci pada komentar di atas yang dijadikan *coder* sebagai dasar penilaian atau pemaknaan untuk memasukan pernyataan publik tersebut masuk ke kategori turunan amanah dapat dilihat melalui kata “*amanah*” yang terdapat di dalam pesan komentar tersebut. Kata “*amanah*” yang mengindikasikan bahwa kesan yang dimiliki oleh publik bersangkutan menunjukkan presiden merupakan sosok yang amanah atau mampu menjalankan fungsi serta tugasnya sebagai seorang pemimpin.

- ii. Komentar terkait video “Kabar Kerja Juli 2017 – Kunjungan Ke Sumba, Makassar dan Balikpapan”. Pada komentar di bawah ini, dua *coder* memaknai komentar tersebut dengan sama yaitu makna komentar

mengandung makna akan komponen **kepercayaan** yang masuk ke dalam kategori turunan **amanah** di nada pesan positif. Berikut adalah bukti komentar tersebut:



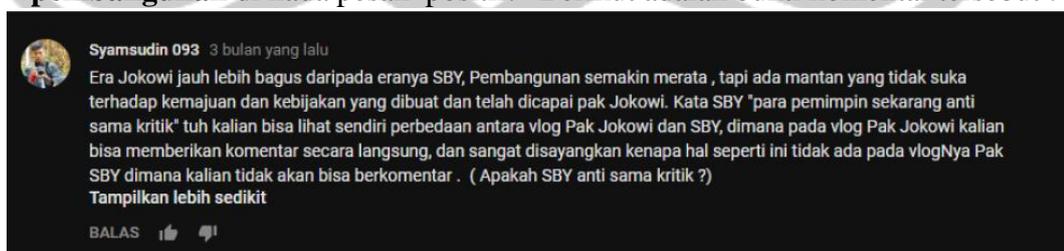
Sama halnya dengan kata kunci pada bukti sebelumnya. Pada komentar di atas, kata kunci yang dijadikan dasar penilaian untuk memaknai sebagai komentar yang masuk ke dalam kategori turunan amanah dapat dilihat pada kata "**amanah**" yang tersurat di pernyataan itu. Selain itu, lebih lanjut mengapa komentar tersebut masuk ke dalam nada pesan positif dapat dilihat melalui kata sebelumnya yaitu "**terus**", artinya kata tersebut menunjukkan bahwa adanya penilaian positif yang menghasilkan sebuah pernyataan dukungan kepada Presiden Jokowi.

IV. Pemerataan pembangun / tidak pemeratakan pembangunan

Kategori selanjutnya merupakan kategori yang memiliki relevansi kuat dengan kata kunci pemerataan pembangunan / tidak pemeratakan pembangunan. Maksud dari kategori ini ialah, publik (*netizen/viewers*) memandang atau memiliki kesan terhadap Presiden Jokowi sebagai seorang presiden atau kepala pemerintahan dan negara yang telah atau dapat melakukan pemerataan pembangun di sektor infrastruktur, ekonomi dan sosial. Disamping itu, kategori nada pesan negatif juga dimaksudkan bahwa sosok Presiden Jokowi tidak dapat melakukan program pemerataan pembangunan di sektor infrastruktur, ekonomi dan sosial.

Dari 480 frekuensi data di komponen kepercayaan, sedikitnya terdapat 4 frekuensi data yang ada di kategori turunan ini dengan nada pesan positif. Disamping itu, untuk frekuensi data pada nada pesan negatif di kategori ini, peneliti berdasarkan hasil temuan data tidak menemukan persebarannya atau tidak ada makna pesan negatif di dalamnya. Dari empat frekuensi data tersebut, maka dapat diartikan bahwa, terdapat dua komentar publik yang memandang data memiliki kesan dan sekaligus citra positif kepada sosok Presiden Jokowi. Presiden dipandang mampu melakukan gerakan pemerataan pembangunan oleh publik selama masa jabatan yang telah dilaluinya, kurang lebih tiga tahun. Berikut merupakan beberapa bukti komentar yang masuk ke dalam kategori tersebut berdasarkan hasil analisis sampel yang dilakukan oleh *coder*.

Komentar terkait video “Kabar Kerja Oktober 2017 – Jawa Tengah dan Bali”. Pada komentar di bawah ini, dua *coder* memaknai komentar tersebut dengan sama yaitu makna komentar mengandung makna akan komponen **kepercayaan** yang masuk ke dalam kategori turunan **pemerataan pembangunan** di nada pesan positif. Berikut adalah bukti komentar tersebut :



Kata kunci pada komentar di atas yang dijadikan dasar penilaian atau pemaknaan *coder* untuk memasukan komentar tersebut ke dalam kategori turunan pemerataan pembangunan dapat dilihat pada kata – kata “*Pembangunan semakin merata*”. Pada kata tersebut secara jelas publik memiliki sebuah

penilaian atau kesan terhadap Presiden Jokowi sebagai sosok yang mampu melakukan sebuah pemerataan terhadap pembangun di beberapa sektor dan berhasil mengkomunikasikannya sehingga khalayak atau publik bersangkutan memiliki kesan positif terhadap hal tersebut.

V. Netral

Pada kategori nada pesan netral yang ada di komponen kepercayaan ini, sedikitnya memiliki jumlah frekuensi data sebesar 4 frekuensi data. Arti dari empat tersebut ialah, terdapat dua komentar yang diberikan oleh publik yang memiliki makna pesan berimbang. Hal itu didapatkan melalui aktivitas *coding* yang telah dilakukan oleh para *coder* dengan jumlah sampel masing – masing sebanyak 262.

e. Arah komentar berdasarkan temuan data pada komponen keahlian.

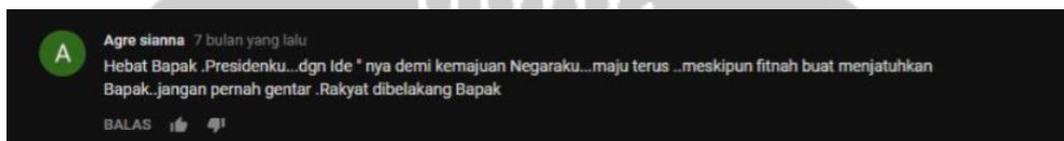
Komponen terakhir pada unit analisis sumber politik ialah “keahlian”. Komponen ini memiliki maksud atau artian bahwa, publik memandang, menilai dan memiliki kesan serta citra terhadap sumber politik yaitu Presiden Jokowi sebagai seorang pemimpin yang memiliki keahlian. Keahlian di sini dapat dimaknai berbagai hal, pemaknaan tersebut dapat dilihat melalui kategori turunan yang ada pada komponen ini. Setidaknya terdapat Sembilan kategori turunan yang bernadakan positif, negatif, dan netral. Adapun kategori turunan tersebut meliputi : berwawasan luas pada kategori nada positif, berpengalaman pada kategori nada positif, kreatif pada kategori nada positif, dan pemikiran strategis pada kategori nada positif. Sedangkan untuk kategori nada negatif, meliputi : berwawasan sempit, tidak berpengalaman, tidak kreatif, dan pemikiran tidak strategis.

Pada komponen keahlian ini, setidaknya terdapat 10 frekuensi data keseluruhan dari semua kategori turunan yang telah disebutkan di atas termasuk dengan kategori netral. Berdasarkan hasil temuan data yang telah dipaparkan atau diklasifikasikan melalui tabel frekuensi, dapat dilihat bahwa dari kesepuluh frekuensi data yang terdapat di komponen ini, kesemuanya berada pada kategori pesan positif. Artinya tidak ada data frekuensi yang berada di kategori negatif dan netral pada komponen keahlian ini. Dari kesepuluh data tersebut dapat dipahami bahwa, terdapat lima komentar yang diutarakan oleh publik terkait sumber politik. Kesepuluh data bernadakan positif tersebut, tersebar di hanya dua kategori turunan di komponen ini, yaitu kreatif dan pemikiran strategis.

I. Kreatif

Kategori turunan pertama yang mendapatkan frekuensi data dari total frekuensi data berjumlah 10 di komponen ini ialah “kreatif”. Pada penelitian ini, kreatif diartikan sebagai kemampuan pemecahan masalah, jalan keluar, ide yang dianggap tidak biasa di dalam merancang dan penerapannya pada program pemerintah guna mencapai tujuan pemerintah, khususnya sumber politik. Terdapat sedikitnya 6 frekuensi data di dalam kategori turunan ini, hal itu dapat dipahami bahwa terdapat tiga komentar yang ada pada jumlah populasi, yang menyatakan bahwa sosok Presiden Jokowi merupakan sosok yang kreatif di dalam menjalankan tugas dan fungsinya. Adapun beberapa bukti komentar yang menunjukkan makna pesan pada kategori ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

Komentar terkait video “Kabar Kerja Mei 2017 – Lintas Nusantara”. Pada komentar di bawah ini, dua *coder* memaknai komentar tersebut dengan sama yaitu makna komentar mengandung makna akan komponen **keahlian** yang masuk ke dalam kategori turunan **kreatif** di nada pesan positif. Berikut adalah bukti komentar tersebut :



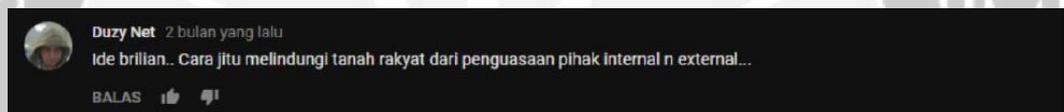
Kata kunci pada komentar di atas yang menjadi dasar penilaian atas pemaknaan di komentar tersebut oleh *coder* dapat dilihat melalui kata – kata atau kalimat “*dgn ide*”nya *demi kemajuan Negaraku*”. Pada kata – kata atau kalimat tersebut, publik tidak secara langsung menyebutkan kata kreatif untuk menggambarkan sosok Presiden Jokowi di kategori keahlian, melainkan penyebutan kata ide sudah dapat menggambarkan gagasan atau pemikiran kreatif yang mana selama ini presiden telah terapkan atau melakukannya saat aktivitas kinerja. Alasan komentar tersebut juga masuk ke dalam kategori nada pesan positif dapat pula dilihat melalui kata penyertaan yang memiliki makna atas rasa suka. Hal itu dapat dilihat melalui kalimat berikut “*demi kemajuan Negaraku*”.

II. Pemikiran strategis

Kategori turunan selanjutnya yang juga mendapatkan persebaran frekuensi data di komponen keahlian ini ialah “pemikiran strategis”. Pemikiran strategis pada penelitian ini dimaknai sebagai kemampuan sumber politik di mata publiknya terkait langkah – langkah kerja yang strategis. Artinya setiap langkah kerja diambil dengan sistematis, jelas, melihat peluang – peluang yang ada hingga

terukur. Adapun frekuensi data pada kategori turunan ini berjumlah 4. Dari total tersebut maka hanya terdapat dua komentar yang diberikan oleh netizen di mana makna pesan yang disampaikan merupakan makna pesan yang berelasi dengan kata pemikiran strategis. Adapun beberapa bukti dari komentar tersebut dapat dilihat pada gambar berikut.

Komentar mengandung makna akan komponen **keahlian** yang masuk ke dalam Komentar terkait video “Kabar Kerja Oktober 2017 – Jawa Tengah dan Bali”. Pada komentar di bawah ini, dua *coder* memaknai komentar tersebut dengan sama yaitu makna kategori turunan **pemikiran strategis** di nada pesan positif. Berikut adalah bukti komentar tersebut :



Kata kunci pada komentar di atas yang menjadi dasar penilaian untuk memaknai komentar tersebut mengandung makna pesan akan pemikiran strategis Presiden Jokowi oleh *coder* dapat dilihat melalui kata – kata atau kalimat “*ide brilian.. cara jitu*”. Kata – kata tersebut secara tersirat memiliki makna bahwa, publik melalui pernyataan atau bentuk respon dari rangsangan yang dia dapatkan, menilai presiden merupakan sosok yang mempunyai sebuah pemikiran strategis. Ide brilian merupakan kalimat yang merujuk pada suatu pola piker atau gagasan yang efektif di dalam menyelesaikan sebuah pemasalahan atau mencapai tujuan kinerja, dan kalimat cara jitu dapat merujuk pada pemaknaan terkait perilaku atau aksi yang dilakukan atas gagasan tersebut sehingga efektif mencapai tujuan – tujuan pemerintahannya.

C. Analisis Data

Pada tahapan ketiga di bagian ini, peneliti akan mencoba melakukan sebuah analisis berdasarkan hasil temuan data yang sebelumnya telah dipaparkan oleh peneliti. Pada penelitian ini, aktivitas komunikasi politik Presiden Jokowi menjadi kajian yang dipilih peneliti untuk melihat inti dari fokus penelitian ini. Adapun fokus penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana citra politik Presiden Jokowi menurut netizen melalui analisis pada komentar yang diberikannya sebagai hasil dari respon pesan yang mereka dapatkan. Sebagai tokoh politik dan negara, Presiden Jokowi dikenal telah mampu menjalankan praktik komunikasi politik dengan baik khususnya di ranah media sosial. Hingga sekarang, setidaknya presiden memiliki lima saluran komunikasi berbasis media baru yang menjadi alat bagi presiden untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas pengguna internet atau media sosial.

Saluran komunikasi berbasis media baru tersebut meliputi *official website*, Facebook, Instagram, Twitter dan Youtube. Pada penelitian dengan judul “*Citra Politik Presiden Jokowi Dalam Youtube Channel Melalui Aktivitas Vlog (Analisis Isi Deskriptif Pada Feedback Netizen Di Kolom Komentar Playlist Kabar Kerja)*”, peneliti menggunakan media sosial Youtube Presiden Jokowi sebagai tempat berlangsungnya aktivitas komunikasi sumber politik di ranah media baru. Adapun video yang diambil peneliti sebagai objek dari penelitian ini ialah video – video yang ada pada *playlist* “Kabar Kerja” dengan total jumlah delapan buah. Pada video tersebut, metode komunikasi politik Presiden Jokowi yang dominan digunakan pada aktivitas komunikasinya di Youtube ialah metode informatif dan edukatif.

Maksud dari metode – metode tersebut ialah, melalui unggahan video sebagai bentuk pesan kepada khalayak dengan isi konten adalah aktivitas kerja aktor politik, presiden ingin melakukan sebuah sosialisasi kepada masyarakat terkait apa yang selama ini pemerintah telah atau sedang lakukan pada aspek program – program kerja. Selain juga, presiden ingin memberikan sebuah poin mendidik kepada khalayak terkait *concern* pemerintah dalam mengatasi permasalahan – permasalahan yang muncul di penyelenggaraan kehidupan negara.

Bukti dari apa yang disebutkan oleh peneliti tersebut dapat dilihat melalui beberapa contoh ulasan di bawah ini terkait pesan ataupun konten yang termuat di dalamnya. Pada aspek metode informatif, yang menjadi salah satu tujuan dari aktivitas komunikasi politik presiden, video dengan judul “Kabar Kerja 10 Oktober 2017 – HUT TNI Ke - 72” pada aktivitas presiden di tanggal 04 Oktober 2017 merupakan salah satu contoh yang dapat dimaknai sebagai sebuah usaha sumber politik menjalankan prinsip informative tersebut. Pada aktivitas kerja tersebut, presiden secara langsung melakukan peninjauan pada proyek pembangunan bendungan Karian. Diakhir peninjauan tersebut, presiden memberikan sebuah *public statement* dihadapan awak media bahwa pada hasil akhir dari proyek ini nantinya, diharapkan akan mampu mengairi lahan pertanian seluas 22.000 hektar dan menyediakan air baku bagi wilayah Banten dan Jakarta.

Metode lain dari aktivitas komunikasi politik yang dijalankan oleh Presiden Jokowi yaitu terkait edukasi, dapat dilihat melalui makna pesan yang termuat di video dengan judul “Kabar Kerja Juli 2017 – Perayaan Hari Anak Nasional” di tanggal 20 Juli 2017 ketika presiden menghadiri acara penutupan Rapat Kerja

Nasional ke – 20 Walikota Seluruh Indonesia. Pada kesempatan tersebut, presiden menyampaikan kepada khalayak terkait isu tentang perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Pada isi pidatonya, presiden menyebutkan bahwa saat ini perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menunjukkan sebuah perkembangan yang drastis. Hal tersebut ditandai dengan muncul internet, namun saat ini belum selesai kita mempelajari secara dalam tentang internet, telah muncul teknologi *mobile internet* yang tidak lama kemudian disusul dengan munculnya *artificial intelligent*. Presiden juga menyampaikan bahwa khalayak atau audiens (saat itu adalah walikota seluruh Indonesia) harus mampu secara berkelanjutan untuk melakukan adaptasi atas perubahan dan perkembangan dunia khususnya di aspek teknologi. Hal tersebut mengapa peneliti maknai sebagai sebuah konten yang memiliki maksud tujuan edukasi, karena terdapat poin mendidik selain informative yang disampaikan oleh sumber politik.

Komunikasi politik yang selama ini dijalankan oleh Presiden Jokowi di ranah media sosial khususnya Youtube, tentu semata – mata tidak hanya bertujuan pada aspek informatif dan edukatif yang merupakan tujuan secara umum, melainkan terdapat tujuan politis apabila dilihat secara mendalam dan kritis. Pada aktivitas komunikasi politik yang dijalankan selama ini oleh Presiden Jokowi, peneliti melihat terdapat upaya atau usaha untuk menciptakan sebuah citra politik yang positif melalui konten pesan yang sering muncul di video – video unggahan tersebut. Salah satu contoh pesan yang ering termuat di dalam video – video tersebut ialah, bagaimana capaian – capaian pemerintah disuguhkan dengan cara – ara yang baik. Itu dapat dilihat ketika pemerintah berhasil membagikan sertifikat

tanah ke masyarakat yang mana presiden diposisikan sebagai tokoh kunci pada ceremonial pemberian sertifikat tersebut. Sehingga dengan cara menampilkan sosok sumber politik di dalam video tersebut maka dapat berpotensi menciptakan sebuah kepercayaan pada level publik khususnya di aspek pencapaian kinerja dan dapat pula menciptakan sebuah pengharapan yang mana pengharapan tersebut dapat mampu mendorong dukungan politis kedepan oleh publik kepada Presiden Jokowi.

Penilaian peneliti di atas dapat didukung dengan konsep citra politik yang diutarakan oleh Ardial (2010). Ardial menjelaskan bahwa, pada praktik komunikasi politik setidaknya terdapat tiga tujuan yang salah satunya ialah citra politik. Citra politik merujuk pengertian Ardial (2010:45) merupakan sebuah gambaran tentang politik atas kekuasaan, kewenangan, otoritas, konflik dan konsensus yang dimiliki oleh publik (dalam konteks penelitian ini adalah *netizen*) kendati penggambaran politik tersebut tidak selalu sama dengan realitas politik yang sesungguhnya. Citra juga dijelaskan oleh Ardial, merupakan sebuah susunan yang terbentuk atas nilai kepercayaan dan pengharapan yang diutarakan di dalam bentuk pendapat pribadi. Maka tidak heran apabila konten pesan pada video – video unggahan di *channel* Youtube Presiden Jokowi khususnya *playlist* “Kabar Kerja”, selalu memposisikan sumber politik menjadi tokoh yang mampu mencapai tujuan – tujuan pemerintah agar muncul sebuah persepsi bahwa aktor politik tersebut dapat dipercaya di dalam menjalankan fungsi dan tugas utamanya sebagai seorang presiden. Dari sistem kepercayaan tersebut, maka selanjutnya diharapkan muncul sebuah pengharapan di

benak publik terhadap sosok Presiden Jokowi sehingga berpotensi mendorong akan adanya dukungan politis di masa yang mendatang.

Selanjutnya peneliti akan mencoba melakukan analisis aktivitas komunikasi politik Presiden Jokowi dengan menggunakan konsep komunikasi politik yang merujuk pada pemahaman Brian McNair dalam Junaedi (2013:25 – 26) untuk mengetahui dan membuktikan secara konseptual bahwa aktivitas tersebut dapat digolongkan ke dalam bentuk aktivitas komunikasi politik dan bukan merupakan bentuk aktivitas biasa yang dijalankan oleh seorang tokoh politik. McNair menjelaskan definisi atau pemahaman komunikasi politik ke dalam tiga poin untuk memperdalam pemahaman tersebut. Tiga poin pemahaman itu meliputi:

“Pertama, komunikasi politik adalah semua bentuk komunikasi yang dilakukan oleh aktor – aktor politik dengan untuk mencapai tujuan khusus. Kedua, komunikasi yang ditujukan politikus oleh non – politikus seperti penulis dan kolomnis surat kabar. Ketiga, komunikasi politik ialah komunikasi tentang politisi dan aktivitasnya seperti yang ada di berita – berita, editorial, dan bentuk – bentuk diskusi lain tentang politik”.

Melalui tiga poin di atas, peneliti akan menggunakan untuk membedah dengan data aktivitas komunikasi Presiden Jokowi.

Pertama, McNair menjelaskan bahwa komunikasi politik merupakan semua bentuk komunikasi yang dilakukan oleh aktor politik untuk mencapai tujuan khusus. Dalam konteks ini, aktor politik sudah jelas yaitu Presiden Jokowi yang merupakan komunikator pada jalannya praktik komunikasi politik tersebut. Lalu dengan tujuan khusus, maka kita dapat melihat dari penjabaran tujuan – tujuan yang telah dipaparkan sebelumnya. Sehingga pada kategori pertama terkait definisi komunikasi politik dapat dipenuhi dari bukti yang telah ada.

Analisis kedua berdasarkan kategori kedua dari definisi Brian McNair yaitu, komunikasi yang dilakukan oleh politisi kepada non – politisi. Apabila di dalam definisi tersebut, McNair menyebutkan contoh non – politisi adalah kelompok media, peneliti mencoba memahami lebih luas lagi bahwa kelompok non – politisi dapat pula diartikan mereka yang tidak termasuk ke dalam kategori kelompok media dalam artian ialah masyarakat secara umum. Pada pemenuhan kategori kedua definisi McNair, sudah sangat jelas bahwa politisi sebagai komunikator di aktivitas ini dapat diartikan ialah Presiden Jokowi, dan non – politisi dapat diartikan masyarakat umum khususnya pengguna Youtube serta masuk ke dalam kategori publik presiden, ataupun kelompok media (karena tidak jarang video unggahan di *channel* Youtube Presiden Jokowi digunakan sebagai konten berita media – media konvensional) yang sesuai dengan yang disebutkan oleh McNair.

Analisis ketiga, yang mana McNair menyebutkan bahwa komunikasi politik ialah komunikasi tentang politisi dan aktivitasnya. Artinya apabila konten berita memuat tentang politisi dan aktivitasnya dapat diartikan hal tersebut ialah bentuk dari komunikasi politik. Pada konteks penelitian ini jelas, video kabar kerja merupakan video unggahan di *channel* Youtube Presiden Jokowi yang memuat konten informasi terkait politisi (Presiden Jokowi) beserta aktivitas kerjanya sebagai seorang kepala pemerintahan dan kepala negara. Seperti beberapa contoh berikut.

- i. Video dengan judul “Kabar Kerja Juli 2017 – Kunjungan Ke Sumba, Makassar, dan Balikpapan” yang memuat salah satu kontennya adalah

aktivitas presiden pada tanggal 10 Juli 2017 saat menghadiri dan menyampaikan pidatonya di peringatan HUT Bhayangkara ke – 71.

- ii. Video dengan judul “Kabar Kerja Mei 2017 – Latihan Pasukan TNI di Natuna” yang memuat salah satu kontennya adalah aktivitas presiden di tanggal 18 Mei 2017 saat presiden menerima penyerahan surat kepercayaan dari lima duta besar luar biasa berkuasa penuh (LBBP) untuk Indonesia di Istana Merdeka.

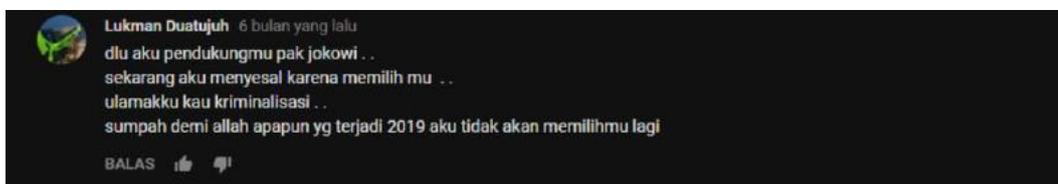
Dari ulasan serta analisis yang telah dilakukan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa, aktivitas komunikasi yang selama ini dijalankan oleh Presiden Jokowi dapat digolongkan ke dalam sebuah bentuk komunikasi politik. hal itu didasarkan pada hasil analisis atau pembedahan data dengan menggunakan konsep komunikasi politik yang diutarakan oleh Brian McNair dalam Junaedi (2013).

Seperti yang telah disebutkan di awal bahwa, penelitian ini merupakan sebuah penelitian yang memiliki fokus pada citra politik yang didasarkan pada *feedback* netizen atas rangsangan pesan yang termuat di dalam video – video yang diunggah pada *channel* Youtube Presiden Jokowi tepatnya di *playlist* “Kabar Kerja”. Adapun jumlah sampel komentar yang digunakan pada penelitian ini sebesar 262 komentar. Dari hasil temuan data yang telah diolah dan dideskripsikan sebelumnya, setidaknya dari total sampel tersebut, terdapat 729 frekuensi makna pesan yang terbagi ke dalam tiga kategori nada pesan yang merata yaitu positif, negatif, dan netral. Adapun persebaran porsi pada tiga kategori tersebut, nilai atau angka frekuensinya paling besar didapatkan pada nada pesan positif dengan total 699 frekuensi makna pesan, dan negatif dengan total 22 frekuensi makna pesan,

serta 8 frekuensi makna pesan dengan nada netral. Apabila dipersentasekan, maka nada pesan yang dihasilkan melalui aktivitas *coding* berdasarkan sampel data komentar terdapat 96% nada pesan mengarah pada *tone* positif, 3% mengarah pada *tone* negatif, dan 1% mengarah pada *tone* netral.

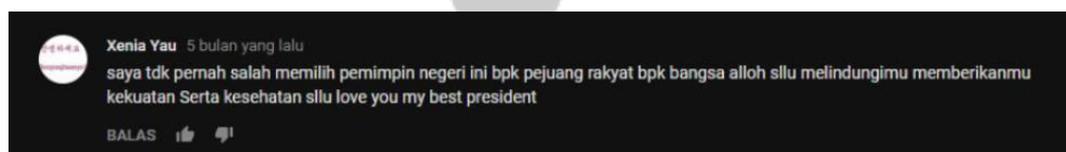
Perbedaan nada pesan tersebut merupakan bukti bahwa, walaupun publik menerima sebuah pesan yang sama melalui video unggahan di *channel* Youtube Presiden Jokowi, bukan berarti publik akan memiliki pemaknaan yang sama pula atas pesan yang mereka dapatkan sehingga memunculkan sebuah respon atau *feedback* yang tentu akan berbeda – beda. Dalam konteks penelitian ini, *feedback* atau respon yang dimaksud ialah sebuah kesan atau citra yang dimiliki oleh publik terhadap sumber politik yang diutarakan melalui opini pribadi yaitu komentar di kolom komentar *channel* Youtube Presiden Jokowi. Peneliti melihat perbedaan makna tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor di dalam sebuah proses pencitraan. Faktor – faktor tersebut dapat berupa faktor akan sebuah nilai keyakinan yang dimiliki oleh publik, atau faktor akan sebuah keadaan yang mana adanya pemenuhan ataupun pelanggaran harapan yang dialami oleh publik.

Contoh dari maksud yang diterangkan oleh peneliti ialah terkait pelanggaran harapan yang mempengaruhi bagaimana publik mencitrakan Presiden Jokowi ketika publik tidak puas akan kepemimpinan presiden setelah publik bersangkutan pada Pilpres 2014 memilih aktor politik untuk dipercaya sebagai seorang pemimpin negeri. Hal itu dapat dilihat melalui komentat berikut:



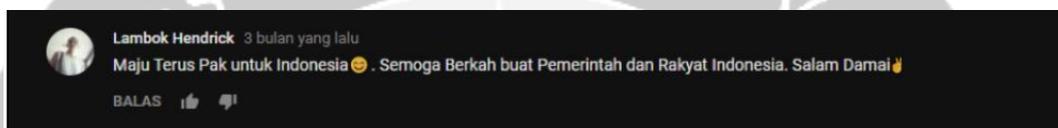
Dalam komentar tersebut jelas, publik kecewa pada kinerja pemerintahan presiden ketika publik memiliki harapan yang tidak dapat terpenuhi meskipun dulu publik merupakan pendukung presiden di Pilpres 2014. Kata kunci yang menunjukkan adanya sebuah perubahan kognisi yang dialami publik tersebut dapat dilihat melalui kata – kata atau kalimat berikut “*dulu aku pendukungmu*” “*sekarang aku menyesal*”, kata atau kalimat tersebut dapat menjadi poin atau dasar memaknai bahwa adanya perubahan kognisi yang dialami oleh publik bersangkutan. Sedangkan kata “*ulamaku kau kriminalisasi*” dapat dimaknai sebagai sebuah ungkapan kekecewaan yang terjadi pada diri publik bersangkutan yang mana kekecewaan tersebut sanget berkorelasi terhadap aspek harapan. Hasil akhir dari itu semua jelas sangat berpengaruh pada sikap mendukung atau tidak mendukung, namun dengan melihat makna sebelum – sebelumnya yang telah dipaparkan maka hasilnya pun publik bersangkutan mengungkapkan sikap tidak mendukung yang dibuktikan melalui kalimat kunci “*sumpah demi Allah 2019 aku tidak akan memilihmu lagi*”.

selain itu bukti lain akan adanya kepuasan pada pemenuhan harapan yang dijelaskan oleh peneliti yang dapat dilihat melalui bukti komentar di bawah ini:



Contoh tersebut merupakan contoh bukti bagaimana faktor harapan atau keadaan di dalam diri publik dapat mempengaruhi citra mereka sesuai dengan pengalaman yang mereka dapatkan atas sosok Presiden Jokowi.

Apabila sebelumnya peneliti juga menerangkan terkait aspek keyakinan juga dapat mempengaruhi bagaimana publik menilai atau memiliki citra terhadap Presiden Jokowi, hal itu dapat dilihat melalui bukti komentar di bawah ini:



Pada komentar tersebut publik menilai bahwa presiden mampu membawa negeri ini menjadi sebuah negeri yang maju. Artinya terdapat keyakinan yang kuat di dalam diri publik terhadap kerja atau sosok sumber politik di sini. Itu adalah contoh bagaimana keyakinan mempengaruhi citra pada sosok Presiden Jokowi. Bukti kata kunci pada komentar di atas dapat dilihat melalui kata atau kalimat kunci "*maju terus untuk Indonesia*" yang dapat dimaknai sebagai sebuah kesan akan dukungan yang berkorelasi pada keyakinan. Keyakinan akan sangat memiliki korelasi terhadap aspek dukungan, contoh apabila seseorang meyakini seseorang lainnya bahwa orang tersebut mampu menjalankan sebuah tugas maka sangat berpotensi bahwa orang tersebut akan mendukung seseorang lainnya untuk terus mengerjakan suatu hal di dalam mencapai tujuan tugasnya, begitu sebaliknya.

Penilaian peneliti ini di dukung dengan apa yang menjadi penjelasan ahli terkait bagaimana sebuah pencitraan itu terjadi. Soemirat dan Ardianto (2016: 114 – 116) menjelaskan di dalam sebuah proses pencitraan bahwa, ketika citra akan dihasilkan dengan melalui respon yang diberikan seseorang atas sebuah

rangsangan, akan terdapat sebuah proses sebelum hasil dari pencitraan itu tercipta. Dari proses tersebut, setidaknya terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi sikap yang merupakan kecenderungan seseorang berperilaku, yaitu faktor kognisi dan motif. Ahli menjelaskan bahwa faktor kognisi merupakan faktor keyakinan yang dimiliki oleh seseorang, artinya ini seperti yang dijelaskan oleh peneliti terkait bagaimana keyakinan mempengaruhi citra seperti contoh bukti sebelumnya. Tidak hanya itu, faktor motif juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi dari sebuah hasil pencitraan. Motif menurut ahli adalah suatu keadaan yang ada di diri seseorang yang dapat mempengaruhi bagaimana citra terbentuk. Di sini sama dengan yang dijelaskan ahli bawah keadaan dapat muncul salah satunya ketika suatu pengharapan itu dapat terpenuhi atau adanya pelanggaran, karena citra menurut Ardial (2010) terbentuk juga didasarkan pada sistem kepercayaan, nilai dan pengharapan yang dimiliki seseorang.

Dari analisis tersebut maka tidak heran mengapa citra yang dimiliki atas pesan yang sama pada konteks penelitian ini dapat berbeda – beda yang akhirnya menciptakan sebuah rasa suka ataupun tidak suka di benak publik. Melihat kembali hasil temuan data yang telah diolah sebelumnya maka, peneliti pada analisis isi ini dapat membuktikan terkait tujuan penelitian. Tujuan penelitian ini ialah bagaimana citra politik Jokowi melalui aktivitas *Vlog* di Youtube menurut netizen dengan melihat *feedback* berupa komentar itu terhasilkan. Penelitian ini sejatinya telah menjawab akan rumusan masalah dan tujuan masalah yang ada di penelitian ini yaitu, berdasarkan hasil temuan data citra politik Presiden Jokowi yang dapat dikatakan memiliki citra yang positif di benak publik khususnya netizen. Itu

dibuktikan dengan data positif di sini yang mencapai 96% dari total keseluruhan data. Angka atau nilai yang tinggi tersebut dapat diartikan atau dipahami bahwa sebagai sosok sumber politik di aktivitas komunikasi politik, presiden telah mampu menciptakan citra positif melalui pesan – pesan yang muncul sehingga banyak dari publik memiliki kesan atas rasa suka pada dirinya. Namun terdapat pula angka negatif sebesar 3% di penelitian ini. Walaupun demikian angka tersebut apabila dibandingkan dengan angka citra positif, peneliti melihat kekuatan mempengaruhi citra politik Presiden Jokowi sangatlah tidak kuat.

Sehingga dari analisis ini kita dapat memahami secara garis besar bahwa, citra positif Presiden Jokowi dibuktikan pada penelitian ini dapat digolongkan ke dalam kategori citra positif. Artinya, mayoritas publik memiliki kesan baik atau rasa suka kepada sumber politik atas rangsangan yang didapatkan melalui pesan – pesan yang terkandung di dalam video unggahan di *channel* Youtube presiden. Walaupun demikian masih terdapat bula dua kelompok kecil dari total sampel yang menilai atau memiliki citra akan sosok Presiden Jokowi ini buruk atau kurang baik. Perbedaan citra tersebut secara garis besar peneliti menilai karena adanya faktor lain yang mempengaruhi yaitu faktor keyakinan yang bisa saja terbentuk atas pengalaman langsung atau tidak langsung (melalui pemberitaan dan hal yang serupa) serta faktor keadaan yang dialami atas suatu pengharapan terhadap akto politik bersangkutan.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan data dapat dikatakan bahwa, mayoritas arah *feedback* yang diberikan oleh netizen atas pesan yang didapatkannya melalui video unggahan Presiden Jokowi di *channel* Youtube pribadinya masuk ke dalam kategori *feedback* dengan nada pesan positif dengan nilai persentase sebesar 96% dari total frekuensi makna yang dihasilkan di penelitian ini sebesar 729 frekuensi makna pesan dari 262 total sampel. Sisanya sebesar 3%, *feedback* berada di kategori pesan negatif dan 1 % berada di kategori pesan netral. Pada kategori pesan positif dengan unit analisis isi yaitu unsur sumber politik, setiap sampel dilakukan analisis yang kemudian diklasifikasikan ke dalam lima komponen yang meliputi kredibilitas, daya tarik, kekuasaan, kepercayaan, dan keahlian. Dari kelima daya tarik tersebut, pada kategori nada pesan negatif, komponen kekuasaanlah yang tidak sama sekali mendapatkan porsi jumlah persebaran data. Artinya tidak ada satupun sampel yang memandang atau menilai sosok Presiden Jokowi dengan makna pesan atas kekuasaan yang dia miliki sebagai kepala pemerintah atau kepala negara. Sisanya, porsi jumlah frekuensi yang ada secara merata tersebar ke dalam empat komponen lainnya.

Pertama, komponen kredibilitas. Pada komponen ini setidaknya terdapat empat kategori turunan yang memiliki nada pesan positif yaitu : dapat dipercaya (28), berintegritas (4), transparan (4) dan mampu (96). Pada masing – masing kategori semua mendapatkan persebaran data yang merata dengan frekuensi data

terbanyak berada di kategori mampu. Artinya apabila dilihat dari pengertian citra politik menurut Nimmo dalam Ardial (2010: 45 – 46) maka netizen menilai sosok sumber politik memiliki citra politik positif yang berujung pada kesan rasa suka yang mereka nyatakan di dalam komentar dan menjadi dasar mereka menilai objek politik ini.

Kedua, komponen daya tarik. Pada komponen ini netizen melihat bagaimana sosok sumber politik pada aspek penampilan dan perilaku. Pada komponen ini sendiri terdapat enam kategori turunan yang meliputi sederhana, sopan, dekat dengan rakyat, atraktif/energik, tegas, dan humoris. Dari kesemuanya, frekuensi data yang tersebar pada komponen ini dapat dikatakan merata namun untuk pemeringkatan, netizen lebih banyak melihat sosok sumber politik sebagai sosok yang atraktif atau energik. Ini dihasilkan melalui pesan yang termuat di dalam konten video berupa rangkaian aktivitas kerja Presiden Jokowi yang begitu padat sehingga netizen menilai sosok sumber politik merupakan sosok yang tak kenal lelah dan bekerja keras. Frekuensi data yang ada pada kategori ini pun berjumlah 36 dari total keseluruhan frekuensi data di sini sebesar 99.

Ketiga terkait komponen kepercayaan. Pada komponen kepercayaan setidaknya terdapat empat kategori turunan yang menjadi dasar *coder* menganalisis sampel untuk dapat dimasukkan ke dalam tiap kategori tersebut atau tidak. Pada komponen ini, jumlah persebaran atau porsi data terbanyak mengisi pada kategori dukungan. Kategori dukungan sendiri merupakan kategori yang memiliki makna bahwa netizen memandang atau memiliki kesan kepada sumber politik sebagai sosok yang pantas mendapat dukungan baik pada dukungan yang bersifat politis,

yaitu dukungan yang menyatakan pilihan politik netizen seperti kalimat – kalimat “salam dua periode”, “presiden pilihan kita” dan kata – kata yang memiliki padanan serupa. Selain itu dukungan yang bersifat kinerja yang mendukung program atau langkah kebijakan sosok sumber politik. Adapun jumlah rasa suka pada kategori ini berjumlah 432 frekuensi data. Apabila dibandingkan dengan jumlah total keseluruhan frekuensi makna, maka total ini telah melebihi dari angka 50% keseluruhan.

Komponen keempat yang memiliki frekuensi data yang terbesar dari total frekuensi keseluruhan yaitu komponen keahlian. Komponen ini berkaitan dengan keahlian yang dimiliki sumber politik yang dinilai oleh netizen melalui beberapa kategori turunan data. Adapun kategori yang dimaksud ialah berwawasan luas, berpengalaman, kreatif, dan pemikiran strategis. Dari porsi frekuensi di komponen ini, kategori kreatif merupakan kategori yang memiliki konsentrasi paling banyak dengan nilai frekuensi data sebesar 6. Artinya, netizen memiliki rasa suka atau menadang positif sumber politik dilihat dari cara kreatif beliau memecahkan permasalahan yang ada. saah satu contohnya pujian netizen pada program pembagian sertifikat tanah untuk meminimalisir konflik di level *grass root* terkait sengketa lahan.

Dari hasil temuan tersebut serta analisis data yang telah dilakukan, maka dapat dipahami secara keseluruhan bahwa sumber politik telah mampu menyampaikan sebuah pesan yang dapat memunculkan *feedback* positif melaluia ktivitas *Vlog* nya di Youtube dengan tidak hanya memaparkan data dan menampilkan aktivitas politiknya sebagai salah satu konsep konten, tetapi juga telah mampu membawa

netizen merasakan masuk ke dalam video tersebut dengan menciptakan sebuah *emotional appeal* yang memang sesuai dengan karakteristik media sosial menurut Ryan Dube (2017, September 07). Tidak hanya itu saja, karena media sosial merupakan media yang memiliki perbedaan dibanding media konvensional, sumber politik juga telah mampu dalam menciptakan sebuah ruang diskusi online melalui *platform* media ini sehingga netizen dapat dilibatkan khususnya pada tanggapan video dan menciptakan sebuah opini umum yang muncul akibat dari pesan yang disampaikan.

Melalui penelitian yang telah dilakukan dengan fokus penelitian untuk mengetahui citra politik Presiden Jokowi melalui aktivitas *vlog* menurut netizen, dengan sampel berupa *feedback* komentar yang diutarakan atau dinyatakan pada kolom komentar yang ada dengan menggunakan metodologi penelitian analisis isi, maka penelitian ini sekali lagi ditekankan oleh peneliti, telah mampu menjawab dari tujuan penelitian tersebut. Dari hasil akhir dapat dipahamai bahwa, citra yang dimiliki atau yang muncul di benak netizen yang direpresentasikan melalui pernyataan pribadi melalui bentuk komentar dapat dikatakan positif. Hal itu berdasar pada hasil temuan data yang menunjukkan 96% sampel merujuk pada sebuah pandangan, atau kesan yang positif yang tersebar di berbagai komponen dan kategori turunan penyusun unit analisis yang digunakan di penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil temuan data, olah data, dan analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti. Peneliti menilai bahwa praktik komunikasi politik pada media sosial Youtube khususnya *playlist* “Kabar Kerja” telah dapat digolongkan

sebagai sebuah praktik komunikasi politik Presiden Jokowi yang baik. Hal tersebut didasarkan pada hasil penelitian yang menunjukkan, citra politik Presiden Jokowi mengarah pada citra yang positif dengan nilai presentase mencapai 96% dari total keseluruhan sampel.

Namun, dibalik perolehan tersebut masih terdapat nilai persentase yang masuk ke dalam kategori negative serta netral. Hal tersebut mengindikasikan bahwa, praktik komunikasi politik yang dapat dikatakan baik tersebut masih ada kekurangannya. Berdasarkan penilaian peneliti di penelitian ini, peneliti melihat adanya aspek yang cukup lemah di praktik komunikasi politik Presiden Jokowi melalui Youtube khususnya *playlist* “Kabar Kerja”. Aspek tersebut ialah aspek tentang tingkat *engagement* yang dimunculkan pada konten pesan berupa video.

Pada *playlist* “Kabar Kerja”, peneliti tidak melihat atau menemukan adanya pelibatan pihak ketiga atau *third party* di dalam mendukung praktik komunikasi politik Presiden Jokowi. Padahal peneliti berpendapat, dengan adanya pelibatan pihak ketiga untuk ikut bersuara di video kabar kerja yang notabennya merupakan rangkuman video aktivitas kerja presiden, itu akan menjadi nilai tambah di dalam menjalankan fungsi instrumental berupa kekuatan untuk mempersuasi atau mempengaruhi persepsi khalayak. Pihak ketiga tersebut dapat berupa pihak dari karyawan kontraktor apabila aktivitas berupa kunjungan atau inspeksi pembangunan infrastruktur, ataupun dapat pula melibatkan masyarakat yang menjadi penerima dari berlangsungnya suatu kebijakan atau program pemerintah dan pihak – pihak lainnya di luar pihak pemerintah.

Sehingga dengan adanya pelibatan pihak ketiga, khalayak dalam hal ini *netizen* akan berpotensi memiliki persepsi yang baik atas kinerja yang selama ini telah dijalankan oleh presiden beserta jajaran pembantunya (kabinet) untuk mencapai target pemerintah dan mengatasi permasalahan negara yang ada. Pihak ketiga memiliki potensi sebagai pihak yang independen di dalam menyuarakan pesan khususnya pesan – pesan yang terkait dengan konsep *playlist* “Kabar Kerja”.

Dari hasil temuan tersebut peneliti memiliki saran bahwa, untuk mengoptimalkan hasil dari praktik komunikasi politik yang dilakukan oleh Presiden Jokowi melalui *platform* media sosial Youtube. Team komunikasi presiden dapat mengajak pihak ketiga atau *third party* untuk ikut bersuara menyampaikan inti pokok pesan dari perspektif pihak ketiga tersebut atau perspektif penerima kebijakan atau program kerja pemerintah. Sehingga diharapkan dengan adanya pelibatan pihak ketiga, khalayak dalam hal ini *netizen* memiliki kesan atau persepsi yang baik atas kinerja Presiden Jokowi dari sudut pandangan pihak yang independen. Dengan begitu, peneliti meyakini, bahwa hasil akhir dari praktik komunikasi politik khususnya untuk memenuhi tujuan politis yaitu penciptaan citra politik yang positif, dapat diwujudkan secara optimal.

DAFTAR PUSTAKA

Romadoni, Ahmad. (2016). *6 Gebrakan Jokowi – JK Selama 2 Tahun Pemerintahannya*. Diakses dari : <http://news.liputan6.com/read/2631217/6-gebrakan-jokowi-jk-selama-2-tahun-pemerintahannya>

Ardial. (2010). *Komunikasi Politik*. Jakarta, Indonesia: PT Indeks.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2016). *Buletin APJI*. Diakses dari <https://apji.or.id/content/read/39/264/Survei-Internet-APJII-2016>

Brian Neese. (2016). *5 Types of New Media*. Diakses dari <http://online.seu.edu/newmedia/>

Brian Neese. (2016). *What is New Media?*. Diakses dari <http://online.seu.edu/whatis-new-media/>

CampaignOn Technology.(n.d). *Social Media and Political Campaign : What Are The Benefits Of Social Media?*. Diakses dari : <http://campaignon.com/blog/political-campaigns/social-media-and-political-campaigns-what-are-the-benefits-of-social-media/>

Mulyana, Deddy. (2013). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung, Indonesia: PT Remaja Rosdakarya.

Eriyanto. (2007). *Teknik Sampling Analisis Opini Publik*. Sewon Bantul, Indonesia: LKiS Yogyakarta.

Eriyanto. (2011). *Analisis Isi : Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu – Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta, Indonesia: Kencana Prenada Media Group.

Maharani, Esthi. (2017, April 25). *Jokowi : Saya Gunakan Vlog Untuk Komunikasi Dengan Anak Muda*. Diakses dari http://trendtek.republika.co.id/berita/trendtek/internet/17/04/25/ooyhsa335_jokowi-saya-gunakan-vlog-untuk-komunikasi-dengan-anak-muda

Junaedi, Fajar. (2013). *Komunikasi Politik : Teori, Aplikasi dan Strategi di Indonesia*. Yogyakarta, Indonesia: Buku Litera.

Azmil, Feronika. (2012). *Sejarah Singkat Youtube, Situs Video Sharing Terbesar*. Diakses dari : <https://www.merdeka.com/teknologi/sejarah-singkat-youtube-situs-video-sharing-terbesar-tekstory.html>

Heryanto, Gun Gun & Rumaru, Shulhan. (2013). *Komunikasi Politik Sebuah Pengantar*. Bogor, Indonesia: Ghalia Indonesia.

Cangara, Hafied. (2011). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta, Indonesia : Rajawali Pers

Ihsanuddin. (2017). *Survei Kompas : Elektabilitas Jokowi Meningkat, Prabowo Menurun*. Diakses dari : <http://nasional.kompas.com/read/2017/10/21/06305341/survei-kompas-elektabilitas-jokowi-meningkat-prabowo-menurun>

Kay Ireland. (n.d). *Why Is Audiovisual Media Considered a Powerful Tool and Means of Communication?*. Diakses dari :
<http://smallbusiness.chron.com/audiovisual-media-considered-powerful-tool-means-communication-33541.html>

KBBI Daring. (n.d). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring : Komentar*. Diakses dari : <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/komentar>

Moleong, Lexy J. (1990). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung, Indonesia: Remaja Rosdakarya.

Master. (2015). *Apa Sih Vlog Itu? Kok Ngetren Banget Ya?*. Diakses dari <http://www.loop.co.id/articles/apa-sih-vlog-itu-kok-ngetren-banget-ya>

Mediakix. (2016). *What is Vlogging? Definition, History, & More*. Diakses dari ; <http://mediakix.com/2016/12/what-is-vlogging-definition-examples-history/#gs.oYvtuQQ>

Notoatmodjo, Soekidjo. (2005). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta, Indonesia. Rineka Cipta.

Kriyantono, Rachmat. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta, Indonesia: Kencana Prenada Media Group.

Ruslan, Rosady. (2007). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi : Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta, Indonesia : PT Raja Grafindo Persada.

Dube, Ryan . (n.d). *Characteristics of Social Networks*. Diakses dari

[http://socialnetworking.lovetoknow.com/Characteristics of Social Networks](http://socialnetworking.lovetoknow.com/Characteristics_of_Social_Networks)

Kemp, Simon. (2017). *Digital Essentials : Southeast Asia 2017*. Diakses dari :

https://www.linkedin.com/pulse/digital-essentials-southeast-asia-2017-simon-kemp/?lipi=urn%3Ali%3Apage%3Ad_flagship3_profile_view_base_post_details%3BjnxRE9GkQ92TEX8WIZLEoA%3D%3D

Kemp, Simon. (2017). *Digital In 2017 : Global Overview*. Diakses dari :

<https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>

Kemp, Simon. (2017). *Three Billion People Now Use Social Media*. Diakses dari :

<https://wearesocial.com/blog/2017/08/three-billion-people-now-use-social-media>

Soemirat, Soleh & Ardianto, Elvinaro. (2016). *Dasar Dasar Public Relations*.

Bandung, Indonesia: Remaja Rosdakarya.

Umardini, Trinilo. (2017). *Dipimpin 3 Gubernur Selama Lima Tahun, Apa Prestasi*

Jokowi, Ahok, dan Djarot Untuk Pembangunan Jakarta?. Diakses dari :

<http://kaltim.tribunnews.com/2017/10/13/dipimpin-3-gubernur-selama-5-tahun-apa-prestasi-jokowi-ahok-dan-djarot-untuk-pembangunan-jakarta>

Wiley . (2014). *Social Media, Sociality, and Survey Research*. Craig A. Hill., Elizabeth Dean., Jon Murphy (Ed.). New Jersey, US: Jon Wiley & Sons, Inc.

Youtube. (n.d). *About YouTube*. Diakses dari :
<https://www.youtube.com/intl/en/yt/about/>

Youtube. (n.d). *YouTube for Press : YouTube by the Numbers*. Diakses dari :
<https://www.youtube.com/yt/about/press/>

