

# **BABI**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang masalah**

Di era globalisasi, perkembangan teknologi dan informasi telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Hampir setiap aspek kegiatan manusia, baik yang dilakukan secara pribadi maupun bersama-sama selalu berhubungan dengan teknologi. Hal ini juga didukung dengan perkembangan media komunikasi antara lain dapat dilihat dari semakin meningkatnya ketergantungan terhadap penggunaan alat elektronik seperti smartphone berbasis IOS maupun android, sehingga akses informasi lebih condong dilakukan melalui koneksi internet.

Pada era ini kehadiran internet telah membawa revolusi pada cara manusia melakukan komunikasi. Internet juga telah menempatkan dirinya sebagai salah satu pusat informasi yang dapat diakses dari berbagai tempat tanpa batas ruang dan waktu. Internet memang membawa kemudahan bagi setiap penggunanya, berbagai informasi dari seluruh dunia dapat pengguna dapatkan dengan sangat mudah dan singkat.

Internet membuat seolah kita berada dimanapun dan membawa kita ke tempat yang sebenarnya tidak nyata. Dengan adanya internet, manusia tidak perlu bertatap muka secara langsung dalam melakukan interaksi. Internet yang tidak mengenal batas ruang dan waktu membuat penggunanya dapat mengakses dimanapun dan kapanpun dia menginginkannya. Pada akhirnya internet membuat realitas baru yaitu dengan mampu mengubah jarak dan waktu menjadi tidak terbatas.

Di era informasi saat ini ternyata juga meningkatkan rasa saling keterikatan masyarakat, dimana masyarakat ingin melakukan interaksi dengan menjalin hubungan sosial melalui dunia maya. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh McLuhan mengenai jaringan sosial yang berkembang melalui media: Marshal McLuhan juga mengemukakan suatu konsep yang dikenal dengan global village. Konsep ini melihat ketika teknologi informasi sudah berkembang secara massal, maka secara bertahap teknologi tersebut mengubah masyarakat local menjadi masyarakat global, sebuah dunia yang sangat transparan terhadap perkembangan informasi, transportasi serta teknologi yang begitu cepat dan juga begitu kuat mempengaruhi peradaban manusia, sehingga dunia ini dijuluki The Big Village

yaitu sebuah desa yang sangat besar dimana masyarakat saling kenal menyapa satu sama lain tanpa batasan wilayah atau territorial tertentu.

Dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat memunculkan istilah New Media atau yang kita bisa kenali dengan media baru. New Media diartikan sebagai produk dari komunikasi yang termediai teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital (Creeber dan Martin, 2009). Definisi lain tentang new media adalah merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi cara privat maupun publik. (Mondry, 2008:13)

Kehadiran media baru membuat informasi yang disebarakan menjadi lebih cepat dan dapat diakses kapan pun dimana pun oleh masyarakat dengan koneksi internet. Hal ini membawa perubahan sendiri dalam perilaku komunikasi baik komunikasi personal, komunikasi kelompok dan komunikasi massa. Dengan munculnya media baru informasi dari sebuah peristiwa akan sangat cepat dapat diketahui oleh masyarakat.

Dalam komunikasi, faktor media menduduki peran yang sangat penting dalam proses penyebaran pesan. Bahkan bisa tekadang, suatu pesan bisa bekerja secara efektif atau tidak, tersebar luas atau tidak sangat bergantung pada ketetapan dalam memilih media tersebut. Menurut (Nurudin, 2013).

Media baru yang beberapa tahun ini mengalami peningkatan pengguna secara signifikan yaitu salah satunya youtube. Situs penyedia stream video ini terkenal karena kemudahan mengakses dan menjadi alternatif untuk mencari sebuah informasi maupun hiburan. Hal tersebut dibuktikan bahwa hasil survey google yang menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun.

Di Indonesia sendiri peningkatan penggunaan youtube pada tahun 2017 menurut website socialblade.com mencapai 155 persen dari tahun sebelumnya. Dan rata-rata pengaksesan 80 persen menggunakan smartphone. Hal tersebut semakin membuat youtube sebagai media baru yang diminati banyak orang karena pengaksesan yang mudah.

Hal ini dimanfaatkan banyak orang untuk membuat suatu konten menarik yang ditujukan memperoleh eksistensi di dunia maya. Konten tersebut beragam, ada yang berupa hiburan, pengetahuan, maupun video blogging. Pembuatan video tersebut tidak sangatlah sulit selama kita mempunyai handphone dengan mempunyai kamera, kita dapat membuat video. Kesuksesan youtube dalam menambahkan

penggunanya juga tidak terlepas dengan namanya adsense atau disebut juga iklan. Iklan ini akan muncul dari setiap video yang kita miliki ketika ditonton oleh pengguna lain. Iklan tersebut akan memberikan kita pundi-pundi uang yang bisa didapat ketika sudah mencapai tingkatan tertentu. Maka banyak dari beberapa orang di Indonesia menggunakan youtube bukan hanya sebuah eksistensi saja tetapi juga menjadi pekerjaan.

Selain untuk mencari pundi-pundi uang youtube sendiri menjadi tempat untuk pembentukan citra seseorang tokoh. Pembentukan citra atau pencitraan menurut Frank Jefkins (Soemirat & Adrianto, 2007:114) kesan seseorang atau individu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Pencitraan yang awalnya merupakan istilah yang digunakan bagi para politisi yang tiba-tiba banyak berbuat amal menjelang pemilu, hal tersebut digunakan untuk memperbaiki citra mereka dimata publik. Kini pencitraan bergeser makna ketika media baru muncul seperti halnya youtube, facebook, dan media sosial lainnya. Mereka dapat secara cepat memamerkan apa yang mereka lakukan pada saat itu kepada banyak orang.

Pembentukan citra yang melalui media youtube ini tergolong menarik, karena penonton video tersebut dapat langsung menilai dari kecakapan tokoh tersebut dalam berbicara. Bentuk pembentukan citra itu juga bermacam-macam tergantung dari tujuan yang akan dicapai. Ada beberapa tokoh yang melakukan hal tersebut untuk berkampanye. Video tersebut akan ditampilkan dalam bentuk yang bermacam-macam hingga ada yang disajikan dalam bentuk iklan “*pop-up*” saat kita sedang menonton video yang lain. Ada pula yang dalam bentuk yang menunjukkan kinerja dilapangan dan kecakapan berbicara pada masyarakat sehingga masyarakat sendiri lebih mempercayai tokoh tersebut karena adanya bukti otentik yang dapat di lihat oleh orang dari segala penjuru.

Pengaruh besar tersebut tidak disia-siakan banyak orang tak terkecuali oleh Bapak Presiden Indonesia untuk membuat konten yang berupa kegiatannya sehari hari ataupun ketika kunjungan kerja daalam channel youtube “Presiden Joko Widodo”. Hal tersebut menarik karena hampir tidak ada kepala negara yang melakukan hal serupa dengan merekam kegiatan mereka saat santai maupun ketika berkerja. Channel yang pada awalnya berisi tentang kegiatan kerja yang dilakukan Pak Jokowi tidak menimbulkan impact kepada penonton sama sekali, akan tetapi menjadi beberapa kali *trending* topik di youtube setiap pengunggahan video. Yang menjadi *impact* tersebut dikarenakan ada konten dengan topic “JKWVLOG” atau kepanjangan dari “Jokowi Video Blogging”.

Dalam video tersebut berisi tentang kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh Pak Jokowi. Beberapa video berisi tentang Tanya jawab antara *subscriber* dengan Pak Jokowi, ada yang berisi tentang kunjungan dari beberapa kepala negara lain ketika berkunjung ke Indonesia, video tentang kunjungan ke usaha kecil dan menengah lokal, serta kegiatan keseharian dengan satwa yang ada di Istana Bogor. Hal kecil itu mengundang komentar-komentar positif maupun negatif setiap pengunggahan video tersebut, namun dari awal pengunggahan video ada peningkatan *subscriber* dan jumlah penonton tiap video yang sangat signifikan.

Pentingnya penelitian ini peneliti ingin melihat strategi yang dilakukan oleh Presiden Jokowi melalui channel YouTube Presiden Joko Widodo terbukti efektif dan menjadi pengetahuan kepada masyarakat yang khususnya kepada media dan praktisi PR tentang proses pembentukan citra positif melalui media baru.

## **1.2 Fokus penelitian**

Yang menjadi fokus utama dari penelitian ini adalah strategi pencitraan Jokowi pada channel YouTube Presiden Jokowi.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti menyimpulkan bahwa perumusan masalahnya adalah sebagai berikut

- a. Bagaimana channel YouTube Presiden Joko Widodo membingkai atau membentuk citra Jokowi ?
- b. Apakah pencitraan yang dilakukan Jokowi melalui channel YouTube Presiden Joko Widodo efektif ?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Ada beberapa tujuan dari dilakukannya penelitian ini, selain untuk memenuhi syarat kelulusan tujuan lainnya adalah:

- a. Untuk mengetahui Bagaimanakah channel YouTube Presiden Joko Widodo membingkai atau membentuk citra Jokowi.
- b. Agar dapat mengetahui keefektifan pencitraan yang dilakukan Jokowi melalui channel YouTube Presiden Joko Widodo.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yang dapat diambil dari hasil penelitian menggunakan teori Stimulus-Respons terhadap pencitraan Jokowi pada channel youtube Presiden Joko Widodo ini antara lain:

### **1.6 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi yang khususnya kajian strategi pencitraan melalui media baru yaitu youtube.

### **1.7 Manfaat Praktis**

Penulisan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi seorang PR tentang bagaimana membentuk citra seseorang sehingga dapat menghasilkan dampak yang diinginkan dari khalayak. Serta memberikan pengetahuan kepada khalayak media tentang proses pembentukan citra yang dilakukan oleh seorang PR.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini dimaksudkan agar mempermudah untuk dipahami oleh pembaca maka dipakai format yang berlaku. Oleh karena itu, dengan tetap mengikuti ketentuan yang berlaku maka skripsi ini dibagi ke dalam lima bab. Gambaran umumnya adalah seperti yang tertulis dibawah ini

## **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang penelitian, fokus penelitian(batasan masalah), perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

## **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Berisi teori/konsep, hasil penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran, yang sesuai dengan permasalahan, fokus penelitian dan tujuan penelitian yang dirumuskan.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Metode penelitian berisis tentang metode dan langkah-langkah penelitian secara operasional. Metode penelitian meliputi: metode dalam penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

#### **BAB IV PEMBAHASAN**

Dalam bab pembahasan ini akan dijelaskan mengenai deskripsi klasifikasi data, uraian data penelitian, analisis data penelitian, korelasi model/teori komunikasi dan uji model/teori komunikasi.

#### **BAB V KESIMPULAN**

Kesimpulan dan saran, berisi simpulan hasil dan saran serta hasil penelitian.