

# STRATEGI PENCITRAAN JOKOWI MELALUI CHANNEL YOUTUBE PRESIDEN JOKO WIDODO

Muhammad Habib Sholahudin<sup>1</sup>, Achluddin Ibnu Rochim<sup>2</sup>, Beta Puspitaning Ayodya<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

habib.sholahudin95@gmail.com

**Abstrak :** Pada era 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. Media dapat mempengaruhi pandangan masyarakat pada proses pembentukan opini dan sudut pandangnya. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana channel Youtube Presiden Joko Widodo membingkai atau membentuk citra Jokowi untuk mengetahui keefektifitas pencitraan yang dilakukan. Teori yang digunakan di dalam penelitian ini adalah teori Stimulus-Respons, merupakan teori yang digunakan untuk mengetahui respons terhadap stimulus tertentu. Pada teori Stimulus-Respons menjelaskan tiga elemen utama yaitu stimulus (pesan), organism (penerima pesan), response (efek). Teori Stimulus-Respons dipilih untuk menganalisis video pada channel youtube Preside Joko Widodo pada tema JKVVLOG. Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pencitraan Jokowi melalui channel youtube Presiden Joko Widodo menghasilkan hal yang positif dimana pada komentar terdapat banyak komentar positif tentang cara yang dilakukan Presiden Jokowi dalam menjelaskan kegiatan saat membuat vlog.

**Kata kunci :** Strategi, Pencitraan, Presiden Jokowi, Stimulus-Respons, JKVVLOG

**Abstract :** In the era of internet presence has brought a revolution in the way humans communicate. The Internet has also established itself as one of the information centers that can be accessed from various places indefinitely space and time. The media can influence people's views on the process of forming their opinions and point of view. The purpose of this study is to find out how Youtube channel President Joko Widodo frame or form Jokowi image to determine the effectiveness of the imaging done. The theory used in this research is Stimulus-Response theory, is a theory used to determine the response to a particular stimulus. The Stimulus-Response theory explains the three main elements of stimulus (message), organism (message recipient), response (effect). The Stimulus-Response Theory was chosen to analyze the video on Yideube Preside Joko Widodo's channel on the JKVVLOG theme. The method used in this research with qualitative descriptive approach. The results of this study indicate that Jokowi imaging strategy through youtube channel President Joko Widodo

*produce a positive thing where the comments there are many positive comments about the way that President Jokowi in explaining the activities when creating a vlog.*

*Keywords: Strategy, Imagery, President Jokowi, Stimulus-Response, JKWVLOG*

## **PENDAHULUAN**

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. 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.

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. 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. Selain untuk memperoleh eksistensi di dunia maya, media tersebut dapat digunakan untuk pembentukan citra seseorang. Pembentukan citra atau pencitraan merupakan 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.

Hal tersebut tidak disia-siakan banyak orang tak terkecuali oleh Bapak Presiden Indonesia untuk membuat konten yang berupa kegiatannya sehari-hari ataupun ketika kunjungan kerja dalam 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.

Dari latar belakang tersebut maka peneliti ingin mengetahui bagaimana channel YouTube Presiden Jokowi membina atau membentuk citra Jokowi dan apakah pencitraan yang dilakukan Jokowi melalui channel YouTube Presiden Jokowi tersebut dinilai efektif dalam membentuk citra Jokowi.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Teori efek media yang berasumsi bahwa media mempunyai efek yang signifikan. Media cenderung menawarkan pilihan dalam pandangan realitas sosial. Ini termasuk menyediakan informasi dan cara pandang yang pantas dalam mengartikan informasi, membentuk penilaian dan opini dan bereaksi pada informasi tersebut. Hal tersebut merupakan makna yang disiapkan media secara sistematis, dan khalayak yang memutuskan untuk menerima pandangan yang ditawarkan media walaupun terkadang itu satu-satunya pandangan yang tersedia untuk membentuk opini.

Teori stimulus-respons ini pada dasarnya merupakan suatu prinsip belajar yang sederhana, di mana efek merupakan reaksi terhadap stimulus tertentu. Dengan demikian, seorang dapat menjelaskan suatu kaitan erat antara pesan-pesan media dan reaksi audience. Elemen-elemen utama dari teori ini adalah pesan, penerima pesan, dan efek. Menurut McQuail (1994:234). Prinsip stimulus-respons ini merupakan dasar dari teori jarum hipodermik; teori klasik mengenai proses terjadinya efek media massa yang sangat berpengaruh. Seperti yang telah dijelaskan di atas, teori jarum hipodermik memandang bahwa sebuah pemberitaan media massa diibaratkan sebagai obat yang disuntikkan ke dalam pembuluh darah audience, yang kemudian audience akan bereaksi seperti yang diharapkan. Dalam masyarakat massa, di mana prinsip stimulus-respons mengasumsikan bahwa pesan informasi dipersiapkan oleh media dan didistribusikan secara sistematis dan dalam skala yang luas. Sehingga secara serempak pesan tersebut dapat diterima oleh sejumlah besar individu itu akan merespons pesan informasi tersebut.

Penggunaan teknologi telematika yang semakin luas dimaksudkan untuk reproduksi dan distribusi pesan informasi itu sehingga diharapkan dapat memaksimalkan jumlah penerima dan respons oleh audience, sekaligus meningkatkan respons oleh audience. Pada tahun 1970, Melvin DeFleur melakukan modifikasi terhadap teori-stimulus respons dengan teorinya yang dikenal sebagai perbedaan individu dalam komunikasi massa (*individual differences*). Di sini

diasumsikan, bahwa pesan-pesan media berisi stimulus tertentu yang berinteraksi secara berbeda-beda dengan karakteristik pribadi dari para anggota audience. Teori DeFleur ini secara eksplisit telah mengakui adanya intervensi variabel-variabel psikologi yang berinteraksi dengan terpapar media massa dalam menghasilkan efek. Berangkat dari teori perbedaan individu dan stimulus-respons ini, DeFleur mengembangkan model psikodinamik yang didasarkan pada keyakinan bahwa kunci dari persuasi yang efektif terletak pada modifikasi struktur psikologis internal dan individu. Melalui modifikasi inilah respons tertentu yang diharapkan muncul dalam perilaku individu akan tercapai. Esensi dari model ini adalah fokusnya pada variabel-variabel yang berhubungan dengan individu sebagai penerima pesan, suatu kelanjutan dari asumsi sebab akibat dan mendasar pada perubahan sikap sebagai ukuran bagi perubahan perilaku (Sendjaja, 2002: 5.14).

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Berdasarkan permasalahan yang diambil dalam penelitian ini metode yang cocok dan relevan digunakan yaitu penelitian kualitatif. Maksud dari Penelitian kualitatif, penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh objek penelitian secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2007:6). Tipe penelitian ini didasarkan pada pertanyaan dasar yang kedua, yaitu bagaimana. Untuk mengetahui suatu permasalahan pasti kita akan menanyakan “apa”, pertanyaan itu hanya sebatas mengetahui inti permasalahan saja tanpa mengetahui bagaimana rincian permasalahannya. Kita tidak puas bila hanya mengetahui apa masalahnya secara eksploratif, tetapi ingin mengetahui juga bagaimana peristiwa tersebut terjadi (W. Gulo 2000:19).

Sesuai dengan judul penelitian, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Peneliti menggunakan metode deskriptif karena menggambarkan atau menjelaskan suatu hal yang kemudian diklasifikasikan sehingga dapat mengambil satu kesimpulan. Kesimpulan tersebut dapat lebih mempermudah dalam melakukan penelitian dan pengamatan, dengan begitu dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode deskriptif. Penelitian deskriptif menurut Burhan Bungin adalah penelitian yang menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi permasalahannya itu, kemudian menarik ke permukaan sebagai suatu ciri atau gambaran tentang kondisi, situasi ataupun variabel tertentu. Penelitian deskriptif dapat bertipe kualitatif dan kuantitatif sedangkan yang bertipe kualitatif adalah data yang diungkapkan dalam bentuk kata-kata atau kalimat serta uraian-uraian (Bungin, 2001: 124).

Berdasarkan pengertian diatas, maka peneliti beranggapan bahwa penelitian yang dilakukan merupakan penelitian yang ditujukan untuk memecahkan masalah pada waktu penelitian atau masa sekarang yang actual, sehingga penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran tentang suatu masyarakat atau suatu kelompok tertentu.

## **PEMBAHASAN**

Strategi pencitraan yang dilakukan oleh Presiden Joko Widodo dianalisis dengan menggunakan teori Stimulus-Respons. Pemahaman mengenai strategi pencitraan berdasarkan teori tersebut dapat dirangkum secara rinci berikut ini:

a. Stimulus

Stimulus yang digunakan pada penelitian ini yaitu 8 video pada channel youtube Presiden Joko Widodo. Stimulus tersebut terdapat pada tema JKWVLOG dengan judul antara lain ambon, jamuan makan siang bersama raja salman, kelahiran dua ekor anak kambing di istana bogor, bersama para pekerja waduk sei gong di batam, menyusuri trans papua dengan motor trail, mampir di kopi toko brand lokal cita rasa internasional, inspirasi dari Surya Sahetapy, bali aman.

b. Organism

Organism atau penerima pesan yang digunakan pada penelitian ini penonton youtube seluruh Indonesia dan seluruh dunia yang menonton video pada channel youtube Presiden Joko Widodo.

c. Respons

Respons yang ditunjukkan dengan komentar yang menunjukkan kebanggaan mempunyai yang low profile dan dapat diandalkan, kepala pemerintahan serta kementerian pada masa pemerintahan Presiden Jokowi semakin dekat dengan rakyat. Banyak yang mengharapkan Presiden Jokowi untuk melanjutkan pemerintahannya selama satu periode lagi kedepan dan mengatakan bahwa kegaguman terhadap Presiden Jokowi disela waktu kerjanya dapat membuat vlog untuk menginformasikan kegiatannya agar diketahui kinerjanya oleh masyarakat dan hanya Presiden Jokowi yang sanggup melakukan hal tersebut. Presiden Jokowi mempunyai gaya yang dinilai harmonis dan mempunyai wibawa sehingga warganya dapat mengenal dekat dengannya. Presiden Jokowi dinilai ada kemiripan dengan Presiden Republik Indonesia yang pertama ketika bersama dengan jamuan makan bersama Raja Salman. Program pembangunan yang dilakukan pada pemerintahan Presiden Joko Widodo dinilai jauh dengan pembangunan yang dilakukan oleh pemerintahan yang sebelumnya. Gaya kepemimpinannya sangat tepat untuk dijadikan sebagai panutan semua orang. Banyak komentar juga yang menyampaikan tentang himbauan terhadap orang yang tidak suka dengan Presiden Jokowi sehingga beliau lebih berhati hati lagi.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Dari hasil analisis tentang strategi pencitraan Jokowi melalui channel youtube Presiden Joko Widodo dapat ditarik kesimpulan strategi tersebut menghasilkan hal yang positif yang diungkapkan pada komentar. Pada setiap komentar banyak yang menyukai cara yang dilakukan oleh Presiden Jokowi dalam menjelaskan kegiatan pada vlog tersebut. Presiden Jokowi dalam video dinilai mempunyai sifat yang rendah hati, baik, cinta kepada rakyatnya. Dari beberapa komentar berkata ada kekecewaan tidak memilih Presiden Jokowi pada pemilihan presiden tahun 2014 lalu, namun dari melihat program yang dibuat,

dilaksanakan, dan beberapa di tampilkan pada video pada channel youtube Presiden Joko Widodo, banyak yang mendukung untuk Presiden Jokowi melanjutkan kepemimpinannya pada periode ke-2. Pada komentar lain juga bangga dengan pembangunan infrastruktur yang merata dibandingkan dengan kepemimpinan kepresidenan sebelumnya.

Dari hasil penelitian tentang strategi Presiden Jokowi melalui channel youtube Presiden Joko Widodo, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut :

Memberikan pemikiran mengenai pencitraan yang dilakukan pada media baru terutama youtube sebagai alternatif media untuk membangun citra, meningkatkan citra, maupun memperbaiki citra. Memberikan sumbangan pemikiran terhadap pengembangan strategi pencitraan yang dapat dilakukan oleh praktisi PR.

Para pemimpin pemerintahan dapat mengambil hasil dari penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan strategi pencitraan. Memberikan gambaran yang menyeluruh bagi praktisi PR tentang strategi pencitraan melalui media baru sebagai alasan penting dalam peningkatan citra. Memberikan gambaran utuh tentang realitas atas respon yang diberikan oleh masyarakat terhadap pencitraan yang dilakukan pada media baru, sehingga dapat diambil strategi yang tepat sesuai dengan keadaan di lapangan. Kepada peneliti berikutnya, hendaknya penelitian yang dipaparkan oleh penulis dapat dikritisi demi peningkatan ilmu pengetahuan terutama pada kaitannya dengan strategi pencitraan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Abrar, Ana Nadya. (2003). *Teknologi Komunikasi: Prespektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: LESFI

Ardianto, Elvinaro dkk. (2009). *Komunikasi Massa; Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama.

Bungin, Burhan.(2008). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

.....(2007).*Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya*.Jakarta:Putra Grafika.

Creeber G. dan Martin R. (2009). *Digital Cultures*. New York: Open University Press

Denis McQuail. (2011). *Teori Komunikasi Massa* McQuail. Jakarta: Salemba Humanika

Gulo, W (2000). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Grasindo Anggota IKAPI.

Hadi., Amiru., & Haryono. (2005). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia.

Moleong, Lexy J. (2007) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya

- .....(2006) Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosda Karya
- Mondry (2008). Pemahaman Teori dan Praktek Jurnalistik. Penerbit: Ghalia Indonesia.
- Nuruddin. (2013). Pengantar Komunikasi Massa. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Philips, Kotler. (2004) Analisis Perencanaan Implementasi dan Kontrol. Jakarta: Prenhalindo
- Rosady Ruslan (1999) Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sendjaja, Djuarsa, (2002) Teori Komunikasi. Jakarta : Pusat Penerbitan Universitas Terbuka
- Soemirat, Soleh & Ardianto, Elvinaro (2007) Dasar-dasar Publik Relations, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Susanto (2006). Metode Penelitian Sosial. Surakarta: UNS Press
- Sutojo, S. (2004). Membangun Citra Perusahaan. Jakarta: PT. Damar Mulia Pustaka
- Sudiby, Agus. (2001). Politik Media dan Pertarungan Wacana. Yogyakarta : LKiS
- Ari Dwipayana (2016, Mei 28) Presiden Jokowi Luncurkan Akun YouTube Resmi, Retrieved From <http://www.presidentri.go.id>
- Kaia Media. (2016, desember 13). Pengertian Vlog. Retrived From <http://www.kaiamedia.com/pengertian-vlog>
- Pardiman. (2012, Februari 23). Membangun Citra Positif. Retrieved from <http://vbt249.wordpress.com>
- Presiden Joko Widodo (2017, Februari 10) #JKWVLOG AMBON. Retrieved from <https://www.youtube.com/c/jokowi>
- Presiden Joko Widodo (2017, Maret 01) #JKWVLOG Jamuan Makan Siang Bersama Raja Salman. Retrieved from <https://www.youtube.com/c/jokowi>
- Presiden Joko Widodo (2017, Maret 13) #JKWVLOG Kelahiran Dua Ekor Anak Kambing di Istana Bogor. Retrieved from <https://www.youtube.com/c/jokowi>
- Presiden Joko Widodo (2017, Maret 31) #JKWVLOG Bersama Para Pekerja Waduk Sei Gong di Batam. Retrieved from <https://www.youtube.com/c/jokowi>
- Presiden Joko Widodo (2017, Mei 24) #JKWVLOG MENYUSURI TRANS PAPUA DENGAN MOTOR TRAIL. Retrieved from <https://www.youtube.com/c/jokowi>
- Presiden Joko Widodo (2017, Juli 02) #JKWVLOG Mampir di Tuku Kopi, Brand Lokal Citarasa Internasional. Retrieved from <https://www.youtube.com/c/jokowi>
- Presiden Joko Widodo (2017, Oktober 02) #JKWVLOG INSPIRASI DARI SURYA SAHETAPY. Retrieved from <https://www.youtube.com/c/jokowi>
- Presiden Joko Widodo (2017, Desember 22) #JKWVLOG BALI AMAN. Retrieved from <https://www.youtube.com/c/jokowi>

Setiawan Dimans. (2012, Oktober 11). Definisi Strategi. Retrieved from <http://definisimu.blogspot.co.id>

Shaktidar Ikhwan. (2014, September 29). Definisi New Media (Media Baru) umum. Retrieved from <https://cerdasmedia.wordpress.com>