

**REPRESENTASI CITRA KEPALA NEGARA DALAM VIDEO BLOG (VLOG)
YOUTUBE PRESIDEN JOKO WIDODO “#JOKOWIMENJAWAB EPISODE 1”
(Analisis Semiotika Roland Barthes)**

**Oleh: Sarizalia Plantika Ginting
Email: tikaginting23@Yahoo.com
Dosen Pembimbing: Dr. Suyanto S.Sos., M.Sc**

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau
Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau
Kampus Bina Widya JL. HR, Subrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293.
Telp/Fax. 0761-63277

Abstrak

Video Blog (*vlog*) Presiden Joko Widodo dalam *channel Youtube* Presiden Joko Widodo merupakan salah satu *Vlog* yang cukup terkenal di dunia maya. Dalam *Vlog* Presiden Joko Widodo terdapat beberapa video yang cukup fenomenal di kalangan masyarakat dan salah satunya adalah *Vlog* #JokowiMenjawab Episode 1. Dalam video tersebut, Presiden Jokowi memberikan kesempatan kepada remaja untuk merekam pertanyaan dalam berbagai tema yang kemudian akan dijawab langsung oleh Presiden Jokowi pada video tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna denotasi, konotasi, dan mitos serta bagaimana representasi citra kepala Negara yang ditampilkan pada video tersebut.

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika Roland Barthes yang terdiri atas makna denotasi, makna konotasi, dan mitos semiotika digunakan untuk mengetahui makna kata dan interaksi tersebut. Teknik Pengumpulan data yang digunakan adalah studi dokumentasi, studi observasi, studi pustaka, penelusuran data dilakukan secara *online*. Objek yang dianalisis merupakan video blog yang berjudul #JokowiMenjawab Episode 1.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga makna sesuai dengan semiotika Roland Barthes. Makna denotasi merupakan makna harfiah dialog, ekspresi, dan jawaban langsung yang keluar dari mulut Presiden Joko Widodo. Makna konotasi merupakan pesan-pesan tersembunyi tentang kecintaan Presiden Jokowi pada musik *rock* dan *metal*, pandangannya atas dunia politik, industri kreatif di Indonesia, serta pandangannya atas pemuda Indonesia. Sedangkan mitos yang terkandung didapatkan melalui ide dan pemahaman remaja seputar Presiden Jokowi. Representasi citra yang diperlihatkan adalah Presiden Jokowi sebagai pribadi yang positif. Terutama dalam hal semangat, berpikir maju, mengabdikan pada masyarakat, kreatif, dan inovatif.

Kata kunci : Semiotika, Citra, Vlog

SEMIOTIC ANALYSIS OF VIRTUAL COMMUNICATION BY DOTA 2 PLAYERS IN APPLYING PSYWAR STRATEGY

By :Sarizalia Plantika Ginting
Email :tikaginting23@Yahoo.com
Lecturer :Dr. Suyanto S.Sos.,M.Sc

*Department of Communication Studies Courses FISIP
University of Riau
Communication Studies Coursees FISIP University of Riau
Kampus Bina Widya JL. HR, Subrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293.
Telp/Fax. 0761-63277*

Abstract

Video Blog (vlog) President Joko Widodo in Youtube channel President Joko Widodo is one of Vlog which is quite famous in cyberspace. In Vlog President Joko Widodo there are some videos that are quite phenomenal among the people and one of them is Vlog #Jokowi Answer Episode 1. In the video, President Jokowi provides an opportunity for teenagers to record questions in various themes that will be answered directly by President Jokowi on video the. This study aims to determine the meaning of denotation, connotation, and myths and how the representation of the image of the head of the State displayed on the video.

This research method using qualitative method with Roland Barthes semiotics analysis approach which consist of denotation mean, connotation meaning, and semiotics myth used to know the meaning of word and interaction. Technique Data collecting used is documentation study, observation study, literature study, data searching done online. The object to be analyzed is a blog video titled #JokowiMawab Episode 1.

The results showed that there are three meanings according to Roland Barthes semiotics. The meaning of denotation is a literal meaning of dialogue, expression, and direct answer out of the mouth of President Joko Widodo. The meaning of connotation is the hidden messages about President Jokowi's love of rock and metal, his views on politics, the creative industry in Indonesia, and his views on Indonesian youth. While the myth contained obtained through ideas and understanding of teenagers around President Jokowi. The cira representation shown is President Jokowi as a positive person. Teurtama in spirit, forward thinking, community service, creative, and innovative.

Keywords: semiotic, Image, Vlog

PENDAHULUAN

Perkembangan *New Media*, terus melaju pesat dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir. *New Media*, sendiri merupakan terminologi untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung ke dalam jaringan. Contoh dari media yang sangat merepresentasikan media baru adalah Internet. Internet seakan menghipnotis penggunaanya untuk merasa kecanduan dengan berbagai aplikasi dan fungsi yang menjadi daya tarik tersendiri. Internet juga mempermudah seseorang atau suatu kelompok untuk melakukan komunikasi massa dengan menggunakan artikel digital, iklan, maupun media sosial.

Berdasarkan ulasan websitepalingseru.com, beberapa media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia yaitu *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, *Linkedin* dan *Path*. Dalam bahasan ini, penulis akan meneliti lebih jauh mengenai salah satu media sosial yaitu *YouTube*. Berdasarkan statistik yang didapatkan dari websiteYouTube.com sendiri, jumlah pengguna *Youtube* saat ini lebih dari satu miliar orang, dan setiap hari orang menonton dengan durasi ratusan juta jam video dan menghasilkan miliaran penayangan.

Sebagai salah satu media baru yang paling populer di Indonesia, *Youtube* berperan cukup besar dalam membentuk persepsi masyarakat tentang seorang tokoh. Beberapa orang artis dan komedian berhasil mendompleng nama mereka melalui media sosial *Youtube* seperti Raissa, Raditya Dika, Gamaliel, Audrey, Joshua Suherman, Cantika dan orang-orang dari institusi pemerintahan. Para tokoh tersebut memperlihatkan

eksistensi mereka melalui konten yang mereka *upload* di *channel Youtube* mereka masing-masing.

Pengguna diberi kebebasan dalam menentukan konten atau isi *channel* mereka masing-masing asal tidak bersifat vulgar, provokatif dan mengandung unsur kekerasan. Salah satu konten yang sangat digemari saat ini adalah Video log atau yang selanjutnya akan disebut sebagai Vlog. Secara sederhana, Vlog adalah sebuah video dokumentasi jurnalistik yang berada di dalam web yang berisi tentang hidup, pikiran, opini, dan ketertarikan seseorang (Loop.co.id). Vlog juga didefinisikan sebagai konten kreatif yang dibuat oleh seseorang untuk membagikan diary kehidupannya dalam bentuk Video yang dibuat oleh seseorang untuk membagikan diary kehidupannya dalam bentuk Video yang sengaja ditayangkan kepada banyak orang secara gratis.

Saat ini Vlog tidak hanya digunakan oleh para artis dan komedian saja, beberapa tokoh politik dan pemerintahan juga ikut memanfaatkannya untuk memperlihatkan eksistensi, kinerja, transparansi dan citra mereka dimata masyarakat. Salah satu contoh nyata yang sangat fenomenal adalah Vlog Presiden Republik Indonesia ke-7 Jokowi dalam *Channel* “Presiden Joko Widodo”. *Channel* Presiden Joko Widodo cukup diminati para pengguna internet, hal ini dapat dilihat dari jumlah *Subscribers* atau pelanggan yang berjumlah 90 ribu orang.

Dalam Vlog Jokowi terdapat beberapa Video yang cukup fenomenal dikalangan masyarakat, salah satunya adalah Vlog dengan judul “#JOKOWIMENJAWAB Episode 1”. Dalam video tersebut,

Jokowi memberikan kesempatan kepada pemuda berusia 13-20 tahun untuk merekam pertanyaan dengan tema bebas yang kemudian akan dijawab langsung oleh Presiden Jokowi pada video lain.

Berdasarkan ulasan sebuah artikel dengan judul “#JokowiMenjawab, Cara Bentengi Anak Muda dari Hoax”, Terdapat banyak makna yang dapat dianalisis dalam video tersebut jika dilihat dari berbagai aspek. Kepala Biro Pers Media dan Informasi Sekretariat Presiden Bey Machmudin menjelaskan kegiatan #JokowiMenjawab itu merupakan cara Presiden mendengar dan memanfaatkan media sosial. Harapannya anak muda bisa langsung bertanya atau berkeluh kesah kepada Jokowi tentang berbagai hal yang mereka hadapi, saksikan dan dengar (www.kompasiana.com , diakses pada 10 April 2017).

Jika dilakukan dengan efektif dan konsisten, cara ini dinilai bisa memerangi hoax atau berita palsu yang belakangan semakin tak terkontrol di media sosial (medsos). Mengapa anak muda? Karena anak muda adalah generasi penerus bangsa yang harus dijaga agar tidak terkooptasi oleh berita hoax yang mengadu domba antarsesama anak bangsa. Penggunaan medsos juga dianggap sangat pas karena kebanyakan anak muda menggunakan medsos secara aktif setiap hari. Setidaknya, melalui saluran komunikasi ini anak muda bisa bertanya langsung kepada Jokowi dan pemerintah bisa mengoreksi berbagai berita miring/hoax tentang Jokowi dan pemerintahan. Selain itu, Jokowi juga melakukan sosialisasi berbagai kebijakan berkenaan dengan generasi

muda dan terutama dengan kepentingan menjaga persatuan dan kesatuan bangsa (www.kompasiana.com , diakses pada 10 April 2017).

Vlog tersebut tentunya dapat membangun persepsi tersendiri dikalangan masyarakat mengenai representasi citra seorang Kepala Negara. Untuk mengetahui bagaimana representasi Jokowi dalam Vlog tersebut, peneliti menggunakan pendekatan semiotika untuk mengetahui tanda-tanda yang muncul baik dari segi visual, audio, dan interaksi yang terjadi dalam video-video tersebut. Berikut jumlah interaksi yang terdapat dalam video tersebut:

Tabel 1. Video Blog

#JOKOWIMENJAWAB Episode 1

No.	Judul Vlog	Views	Likes	Dislikes	Komentar
1	#JOKOWI MENJAWAB EPISODE 1	211.373	12.622	184	1.638

Sumber: Youtube.com

Video yang peneliti pilih dapat dikatakan sangat fenomenal dikalangan masyarakat jika dilihat dari segi interaksi yang terdapat didalamnya. Video ini juga cukup kontroversial, tidak sedikit komentar negatif yang ditulis *netizen* dalam kolom komentar, namun komentar positif yang mendukung langkah presiden dan timnya tersebut juga jauh lebih banyak karena hal ini dianggap sebagai inovasi baru dalam sebuah langkah politik seorang kepala negara untuk mempertahankan citranya.

Citra adalah bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite atau suatu aktivitas. Dalam bahasa komunikasi menurut Keith Davis, citra adalah “*The picture in our head*” yang

artinya adalah gambar yang ada dalam kepala kita. Sedangkan Jalaluddin Rakhmat mendefinisikan citra sebagai gambaran tentang realitas dan tidak harus sesuai dengan realitas, citra adalah dunia menurut persepsi (Soemirat&Ardianto 2007:113-114).

Citra merupakan sesuatu yang abstrak (*intangible*) dan tidak dapat diukur secara matematis tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik dan buruknya seperti misalnya penerimaan dan tanggapan baik positif maupun negatif yang datang dari masyarakat luas pada umumnya (Rakhmat, 2008:114).

Dari beberapa pendapat di atas, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa citra adalah kesan, perasaan, dan gambaran mengenai suatu obyek, orang atau organisasi yang perlu diciptakan agar bernilai positif. Menampilkan kegiatan blusukan Presiden Joko Widodo didalam sebuah *Vlog YouTube* yang saat ini sedang mendapat perhatian lebih dari para pemuda merupakan cara yang cukup efektif dalam membangun citra positif Presiden dimata masyarakat. Menurut Frank Jefkins, informasi yang benar, akurat, tidak memihak, lengkap dan memadai itu benar-benar penting bagi munculnya citra yang tepat (Jefkins, 2002:19).

Pendekatan semiotika berfungsi untuk membongkar makna dari tanda yang diperlihatkan dalam suatu media. Bagi Umberto Eco, semiotika adalah sebuah disiplin yang mempelajari sesuatu yang dapat digunakan untuk berdusta (Piliang, 2012). Yang dimaksud disini adalah, bagaimana semiotika dapat memaknai sesuatu yang dibuat untuk membentuk suatu persepsi khalayak secara lebih objektif.

Terdapat tiga bidang kajian dalam semiotika: pertama, semiotika komunikasi yang menekuni tanda sebagai bagian dari proses komunikasi. Artinya, di sini tanda hanya dianggap tanda sebagaimana yang dimaksudkan pengirim dan sebagaimana yang diterima oleh penerima. Dengan kata lain, semiotika komunikasi memperhatikan denotasi suatu tanda. Pengikut aliran ini adalah Buyssens, Prieto, dan Mounin. Kedua, semiotika konotasi, yaitu yang mempelajari makna konotasi dari tanda. Dalam hubungan antarmanusia, sering terjadi tanda yang diberikan seseorang dipahami secara berbeda oleh penerimanya. Semiotika konotatif sangat berkembang dalam pengkajian karya sastra. Tokoh utamanya adalah Roland Barthes, yang menekuni makna kedua di balik bentuk tertentu. Yang ketiga adalah semiotika ekspansif dengan tokohnya yang paling terkenal Julia Kristeva. Dalam semiotika jenis ini, pengertian tanda kehilangan tempat sentralnya karena digantikan oleh pengertian produksi arti. Tujuan semiotika ekspansif adalah mengejar ilmu total dan bermimpi menggantikan filsafat.

Pada penelitian ini, penulis akan menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes yang menurut penulis lebih relevan dengan topik yang dibahas dan cukup mudah dipahami dalam pengkategorian. Di dalam semiotika Barthes dan para pengikutnya, denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama, sementara konotasi merupakan tingkat kedua. Dalam hal ini denotasi justru lebih diasosiasikan dengan ketertutupan makna. Sebagai reaksi untuk melawan keharfiahan denotasi yang bersifat opresif ini, Barthes mencoba menyingkirkan dan

menolaknyanya. Baginya yang ada hanyalah konotasi. Ia lebih lanjut mengatakan bahwa makna “harfiah” merupakan sesuatu yang bersifat alamiah (Sobur, 2001).

Dalam kerangka Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebutnya sebagai ‘mitos’ dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. Di dalam mitos juga terdapat pola tiga dimensi penanda, petanda, dan tanda. Namun sebagai suatu sistem yang unik, mitos dibangun oleh suatu rantai pemaknaan yang telah ada sebelumnya atau dengan kata lain, mitos adalah juga suatu sistem pemaknaan tataran ke-dua. Di dalam mitos pula sebuah petanda dapat memiliki beberapa penanda (Sobur, 2001).

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Afifah Noor Khairani, mahasiswa Ilmu Komunikasi UR dengan judul Representasi Citra Diri Jokowi dalam Film ‘JOKOWI’, penelitian tersebut bertujuan menganalisis citra diri Jokowi sebagai seorang pribadi dan terdiri dari tiga kategori yaitu masa kanak-kanak, masa remaja, dan masa dewasa. Walaupun merupakan film dengan tema Biografi, Film tersebut tetap saja merupakan film fiksi yang memiliki tujuan komersil, tentunya sutradara film ‘JOKOWI’ membumbui film ini dengan unsur drama untuk menarik perhatian penonton sehingga cukup dipertanyakan dalam menggambarkan realitas mengenai citra diri Jokowi.

Pada penelitian ini, peneliti akan meneliti *channel Youtube* Presiden Joko Widodo yang tentunya lebih realistis dalam menggambarkan

suatu peristiwa dibandingkan dengan apa yang ditampilkan dalam film fiksi. Peneliti tidak terfokus pada representasi citra diri Jokowi sebagai seorang pribadi melainkan sebagai seorang Kepala Negara berdasarkan fungsi, tugas, dan kinerjanya dalam melakukan kegiatan blusukan, sehingga terdapat perbedaan yang cukup besar pada penelitian ini dengan penelitian sebelumnya.

Berdasarkan apa yang telah penulis jabarkan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Representasi Citra Kepala Negara dalam Video Log (Vlog) *Youtube* Presiden Joko Widodo #JOKOWIMENJAWAB Episode 1”.

penulis merumuskan masalah yang akan diteliti adalah mengenai “Representasi Citra Kepala Negara dalam Video Log (Vlog) *Youtube* Presiden Joko Widodo #JOKOWIMENJAWAB Episode 1”.

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui denotasi, konotasi, dan mitos semiotika Serta Untuk mengetahui representasi citra kepala negara dalam Vlog *Youtube* Joko Widodo dalam #JOKOWIMENJAWAB Episode 1.

TINJAUAN PUSTAKA

Media Massa

Potter (2001) menyatakan bahwa kita sekarang hidup di dua dunia, yaitu dunia nyata dan dunia media. Kita menggunakan media ketika kita merasa bahwa dunia nyata menjadi terbatas dan kita tidak mendapatkan pengalaman dan informasi yang kita inginkan dari dunia nyata. Namun, terkadang kita mengalami kesulitan untuk membedakan antara dunia nyata dengan duniamedia. Menurut Potter,

inti dari *media literacy* adalah “*taking control*” atau kita sebagai *audience* hendaknya bisa mengontrol pengaruh media terhadap kita. Jika kita telah *media literate*, maka kita akan memiliki perspektif yang lebih jelas mengenai batas antara dunia nyata dan dunia yang dibuat oleh media, sehingga kita dapat memperoleh informasi dan pengalaman yang kita inginkan tanpa terganggu oleh hal-hal yang berbahaya atau kurang baik (Rakhmat, 2011).

Menurut McLuhan dalam Rakhmat (2011), media massa adalah perpanjangan alat indera kita. Dengan media massa, kita memperoleh informasi tentang benda, orang, atau tempat yang kita alami secara langsung. Dunia ini terlalu luas untuk kita masuki semuanya. Media massa datang menyampaikan informasi tentang lingkungan social dan politik. Informasi tersebut dapat membentuk, mempertahankan, atau mendefinisikan citra. Karena media massa melaporkan dunia nyata secara selektif, sudah tertentu media massa mempengaruhi pembentukan citra tentang lingkungan social yang timpang, bias, dan tidak cermat.

Media massa adalah alat atau sarana yang digunakan menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Sedangkan media massa adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis surat kabar, film, radio dan televisi (Cangra, 2005: 119,122).

- a. Kemampuan dan keinginan untuk membuat kemajuan dalam memahami isi, memperhatikan dan menyaring informasi media

- b. Kemampuan untuk berpikir kritis tentang pesan media
- c. Sebuah pengetahuan untuk memahami dampak media.

Media literacy penting bagi semua kalangan khayalak media, dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa. Akan tetapi, karena pada usia tertentu anak-anak mengalami kesulitan membedakan dunia nyata dan dunia media, dan mereka juga rawan terhadap pengaruh media terhadap perilakunya, maka kemampuan *media literacy* ini terutama penting bagi anak-anak. Di sinilah pentingnya *media literacy* karena sebenarnya apa yang kita lihat dari media bukan pesan yang sebenarnya. Media sering kali memberikan pesan yang tersembunyi (*layers of meanings*). Jika kita sebagai khalayak menyadari hal ini, maka kita akan lebih mudah mengontrol pesan yang kita inginkan.

Hal ini termasuk kemampuan untuk membaca (komprehensi) dan menulis (membuat, merancang, memproduksi). Lebih lanjut, hal ini bergerak dari hanya mengenali dan mengkomprehensi informasi kepada tingkat yang lebih tinggi yaitu berpikir kritis, termasuk mempertanyakan, menganalisis, dan mengevaluasi informasi yang mereka terima. Dalam kaitannya dengan pengaruh *instagram* terhadap gaya hidup pada remaja, remaja perlu memiliki kemampuan *media literacy* yang baik, sehingga mereka akan mampu memilih tontonan yang berkualitas, dan menilai apa yang mereka lihat di media, khususnya *instagram*.

Pendekatan pertama dari efek komunikasi adalah kecenderungan kita melihat media massa itu sendiri, baik yang berkaitan dengan pesan maupun

media itu sendiri. Pendekatan kedua adalah melihat jenis perubahan yang terjadi pada diri khalayak komunikasi massa penerima informasi, perubahan perasaan atau sikap, dan perubahan perilaku atau dengan istilah lain, perubahan kognitif, afektif, dan behavior. Pendekatan ketiga meninjau satuan observasi yang dikenai efek komunikasi massa individu, kelompok, organisasi, masyarakat dan bangsa (Rakhmat, 2005: 218). Media yang digunakan untuk menyampaikan informasi dalam penelitian ini adalah media sosial *instagram* yang termasuk kategori media *online* (internet).

Media Sosial

Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi perkembangan *web* baru berbasis internet, yaitu memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagai dan membentuk sebuah jejaring secara *online*, sehingga dapat menyebar luaskan konten mereka sendiri. *Post* di blog, *tweet*, video *youtube*, atau *post instagram* dapat direproduksi dan dapat dilihat secara langsung oleh jutaan orang secara gratis (Zarella, 2015:2-3). Media jejaring sosial adalah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman mereka, yang mereka kenal di dunia nyata dan dunia maya (Zarella, 2010:51). Dengan adanya media jejaring social seseorang lebih mudah untuk berbagi informasi, melakukan jejaring pertemanan, saling berkirim pesan ataupun mengetahui informasi seputar lowongan kerja yang ada di dunia nyata.

Media jejaring sosial sendiri termasuk kategori media baru (*new media*). Media baru secara umum mengacu pada penggunaan internet, terutama penggunaan public seperti *online*, iklan, penyiaran, aplikasi *broadcasting* (misalnya mengunduh musik), forum dan aktivitas diskusi, *word wide web*, pencarian informasi, dan potensi pembentukan komunitas tertentu (McQuail, 2005: 136). Lebih lanjut McQuail menyatakan bahwa karakteristik media baru menembus keterbatasan model berita cetak dan penyiaran dengan kemampuan *many to many conversation*, kemampuan penerimaan, perubahan dan distribusi obyek *cultural*, dislokasi tindakan komunikatif, menyediakan kontak global secara instan, dan memasukkan subyek modern ke dalam seperangkat mesin berjejaringan (McQuail, 2005:138).

Situs jejaring sosial memiliki beragam fitur teknis, namun pada umumnya mereka membuat dan memperlihatkan profil penggunanya serta daftar teman yang juga merupakan pengguna dalam sistem tersebut. Profil merupakan halaman yang unik dimana pengguna dapat menampilkan sosok mereka. Umumnya, profil disusun berdasarkan pertanyaan yang mengacu pada usia, lokasi, minat serta bagian “tentang saya”. Beberapa situs juga mengizinkan penggunanya mengupload foto profil, konten multimedia (video) serta modifikasi tampilan profil, status serta aplikasi untuk membuat profil mereka tampil semenarik mungkin (Boyd & Ellison, 2007).

Film

Menurut UU 8/1992, Film adalah karya cipta seni dan budaya

yang merupakan salah-satu media komunikasi massa audio visual yang dibuat berdasarkan asas sinematografi yang direkam pada pita seluloid, pita video, piringan video, dan bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala bentuk, jenis dan ukuran melalui proses kimiawi, proses elektronik, atau proses lainnya, dengan atau tanpa suara, yang dapat dipertunjukkan atau ditayangkan dengan sistem proyeksi mekanik, elektronik, dan sistem lainnya. Film berupa media sejenis plastik yang dilapisi emulsi dan sangat peka terhadap cahaya yang telah diproses sehingga menghasilkan gambar (bergerak) pada layar yang dibuat dengan tujuan tertentu untuk ditonton. Pada generasi berikutnya fotografi bergeser pada penggunaan media digital elektronik sebagai penyimpan gambar. Sebuah film, juga disebut gambar bergerak, adalah serangkaian gambar diam atau bergerak. Hal ini dihasilkan oleh rekaman gambar.

Video Blog (Vlog)

Vlog atau *Video-Blogging*, atau bisa disingkat *Vlogging* merupakan suatu bentuk kegiatan blogging dengan menggunakan medium video di atas penggunaan teks atau audio sebagai sumber media utama berbagai perangkat seperti ponsel berkamera, kamera digital yang bisa merekam video, atau kamera yang dilengkapi dengan mikrofon merupakan modal yang mudah untuk melakukan aktivitas *video blogging* (Mardyati, 2017).

Vlogging (istilah para *vlogger* dalam membuat *Vlog*) biasanya dilakukan dengan berbicara di depan kamera menceritakan tentang sesuatu yang ia suka, berbicara berbagai tips,

berbagai apapun yang ada di dalam pikiran, montase, bahkan ada pula yang membuat klip seperti film. *Video blogging* masih dapat disebut sebagai bentuk lain dari televisi internet. *Video Blogging* biasanya ada juga dilengkapi dengan keterangan teks atau gambar foto, serta untuk beberapa *video blogging*, menyantumkan metadata lainnya.

Vlog sendiri dapat dibuat dalam bentuk rekaman satu gambar atau rekaman yang dipotong ke beberapa bagian. Dengan perangkat lunak yang tersedia, seseorang dapat menyunting video yang mereka buat dan memadukannya dengan audio, serta menggabungkan beberapa rekaman ke dalam satu gambar, sehingga menjadi suatu rekaman *vlog* yang padu (Mardyati, 2017:1).

Citra

Citra adalah bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite atau suatu aktivitas. Dalam bahasa komunikasi menurut Keith Davis, citra adalah “*The picture in our head*” yang artinya adalah gambar yang ada dalam kepala kita. Sedangkan Jalaluddin Rakhmat mendefinisikan citra sebagai gambaran tentang realitas dan tidak harus sesuai dengan realitas, citra adalah dunia menurut persepsi (Soemirat&Ardianto 2007:113-114).

Semiotika pada perkembangannya menjadi perangkat teori yang digunakan untuk mengkaji kebudayaan manusia. Barthes, dalam karyanya (1957) menggunakan pengembangan teori tanda de Saussure (penanda dan petanda) sebagai upaya menjelaskan bagaimana kita dalam kehidupan bermasyarakat didominasi oleh

konotasi. Konotasi adalah pengembangan segi petanda makna atau isi suatu tanda, oleh pemakai tanda sesuai dengan sudut pandangnya. Kalau konotasi sudah menguasai masyarakat, akan menjadi mitos. Barthes mencoba menguraikan betapa kejadian keseharian dalam kebudayaan kita menjadi seperti “wajar”, padahal itu mitos belaka akibat konotasi yang menjadi mantap di masyarakat. Danesi dan Perron (1999:39-40) yang mengembangkan semiotic Peirce, menamakan manusia sebagai *homo culturalis*, yakni sebagai makhluk yang selalu ingin memahami makna dari apa yang diketemukannya (*meaning-seeking creature*). Makna dalam sejarah merupakan hasil kumulasi dari waktu ke waktu. Dengan demikian, manusia juga mencari makna dengan melihat sejarah. Di sini kita dihadapkan pada makna yang muncul secara berurutan dan kumulatif dalam poros waktu. Dalam hal ini, Danesi dan Perron berbicara tentang the *signifying orders* yang didefinisikannya sebagai “*interconnection of signs, codes, and texts that makes up a culture*” (Danenis dan Perron, 1999:366).

METODOLOGI PENELITIAN

Desain yang digunakan dalam penelitian ini melakukan pendekatan deskriptif. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tipe *deskriptif kualitatif* dengan pendekatan analisis semiotika, dimana peneliti mendeskripsikan atau mengkonstruksi wawancara mendalam terhadap subjek penelitian. Disini peneliti bertindak selaku fasilitator dan realitas dikonstruksi oleh subjek penelitian.

Menurut David Williams (1995) mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar ilmiah dengan menggunakan metode ilmiah, dan dilakukan oleh orang atau peneliti yang tertarik secara alamiah (dalam Moleong, 2005 : 5). Dari berbagai pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian deskriptif adalah sebuah penelitian dengan melakukan deskripsi atau penggambaran mengenai apa dan bagaimana subjek penelitian terjadi.

Metode kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna pada generalisasi.

Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan pada natural setting (kondisi yang alamiah), data dalam penelitian ini berasal dari naskah wawancara, foto, recorder, dan internet.

Penelitian ini menggunakan data sekunder dengan prosedur pengumpulan data sebagai berikut:

1. Dokumentasi

Dokumentasi yang digunakan diantaranya penggunaan dokumen privat berupa literature yang didapatkan dari berbagai sumber, serta dokumen public berupa *video #JokowiMenjawab* episode 1 yang peneliti dapatkan dari *Youtube*.

2. Observasi

Metode observasi difokuskan untuk mendeskripsikan dan

menjelaskan fenomena riset kualitatif yang mencakup interaksi (perilaku) dan percakapan yang terjadi di antara subjek yang diteliti (Kriyantono, 2006:107).

Lewat observasi ini, peneliti akan melihat sendiri pemahaman yang tidak terucapkan (*lact understanding*), bagaimana teori digunakan langsung (*theory in use*), dan sudut pandang responden yang mungkin tidak tergalai saat wawancara (Alwasilah, 2002:155). Melalui observasi ini pula, peneliti berupaya membongkar berbagai hal yang berkenaan dengan unsur ideologi yang terdapat di dalamnya.

3. Analisis Data

Analisis data dilakukan untuk dapat menarik kesimpulan agar lebih memberi gambaran pada data. Analisa data bermaksud untuk memberi makna, menafsirkan, atau mentransformasikan data kedalam narasi yang mengarah pada proposisi-proposisi ilmiah.

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori menjabarkan kedalam unit-unit, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2008 : 89).

Unit Analisis dalam penelitian ini adalah sebanyak lima unit analisis berupa *screenshot* atau potongan gambar yang didapatkan dari video #JokowiMenjawab Episode 1.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini penulis mencoba menemukan representasi citra diri presiden Jokowi dalam Vlog #JokowiMenjawab Episode 1 dengan menggunakan teknik analisis semiotika Roland Barthes yang terdiri atas makna denotasi, konotasi, dan mitos semiotika. Dalam *channel* Presiden Joko Widodo sebenarnya terdapat cukup banyak video lainnya yang terdiri dari berbagai jenis video. Terdapat video yang memperlihatkan program kerja Presiden Jokowi, kegiatan blusukan Presiden Jokowi, keseharian Presiden Jokowi di Istana Negara, serta video-video dengan tema tertentu seperti video #JokowiMenjawab.

Melalui video-video tersebut, pihak manajemen vlog mengharapkan adanya interaksi langsung dengan masyarakat luas melalui *Youtube* sebagai perantaranya. Vlog #JokowiMenjawab sempat fenomenal dan viral karena pada video ini Presiden Jokowi berusaha menjawab secara jujur dan terbuka mengenai berbagai pertanyaan yang disampaikan oleh remaja di berbagai wilayah di seluruh Indonesia. Tujuan utama dari adanya video ini adalah untuk mengklarifikasi isu-isu hoax yang beredar di kalangan masyarakat yang tidak tidak diketahui kebenarannya secara pasti, sehingga pada video ini Presiden Jokowi cenderung menunjukkan mana isu benar dan tidak benar serta memberikan penjelasan atas isu tersebut.

Makna denotasi yang terdapat dalam vlog Jokowi Menjawab Episode 1 didapatkan dalam bentuk dialog, ekspresi, dan

jawaban langsung yang keluar dari mulut Presiden Jokowi pada video tersebut. Makna konotasi yang terkandung ialah pesan-pesan tersembunyi dalam jawaban Presiden Jokowi tentang kecintaannya terhadap musik rock dan metal, pandangannya terhadap dunia politik, pandangannya atas industri kreatif di Indonesia, dan pandangannya atas pemuda Indonesia. Sedangkan untuk mitos semiotika terkait dengan berbagai hal yang beredar seputar Presiden Jokowi dimana ia pernah diberitakan sebagai seseorang beraliran sesat karena memiliki kecintaan terhadap musik-musik *rock* dan metal. Namun, melalui klarifikasi yang ia sampaikan pada video ini terlihat bahwa alasan-alasan yang mendasari hobi dan kecintaannya tersebut karena music-musik yang dimaksud di atas memiliki pesan-pesan positif yang dapat memotivasi pendengarnya.

Pada *vlog* #JokowiMenjawab Episode 1 juga diperlihatkan bagaimana pandangan Presiden Jokowi mengenai ranah politik dan pemerintahan melalui jawabannya saat salah seorang remaja menanyakan pilihannya untuk terjun ke dunia politik. Selain itu, Presiden Jokowi juga menekankan bahwa jabatan Presiden yang saat ini diembannya merupakan sebuah tanggung jawab untuk melayani seluruh masyarakat Indonesia. Pada pertanyaan terakhir saat dua orang remaja menanyakan tentang kontribusi pemuda di tengah masyarakat, Presiden Jokowi memberikan penekanan khusus pada kontribusi di bidang industri kreatif yang saat ini tengah

berkembang pesat di Indonesia. Berdasarkan hal tersebut maka secara keseluruhan representasi Citra diri Jokowi digambarkan sebagai pribadi yang positif. Terutama dalam hal semangat, berpikir maju, mengabdikan pada masyarakat, kreatif, dan inovatif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Secara garis besar, *Vlog* Jokowi Menjawab Episode 1 merupakan *vlog* hiburan sederhana yang tidak termasuk dalam agenda pemerintahan. Namun representasi Citra diri Presiden Joko Widodo tergambar pada setiap adegan dalam *vlog* tersebut dimana setiap jawaban yang diberikan memiliki makna tersendiri bagi penontonnya. Berdasarkan hasil analisis penulis pada *Vlog* Jokowi Menjawab Episode 1 maka didapatkan kesimpulan bahwa Makna denotasi yang terdapat dalam *vlog* Jokowi Menjawab Episode 1 didapatkan dalam bentuk dialog, ekspresi, dan jawaban langsung yang keluar dari mulut Presiden Jokowi pada video tersebut. Makna konotasi yang terkandung ialah pesan-pesan tersembunyi dalam jawaban Presiden Jokowi tentang kecintaannya terhadap musik rock dan metal, pandangannya terhadap dunia politik, pandangannya atas industri kreatif di Indonesia, dan pandangannya atas pemuda Indonesia. Mitos semiotika yang terkandung dalam video tersebut didapatkan melalui ide dan pemahaman remaja seputar Presiden Jokowi yang didapatkan dari informasi-informasi yang beredar luas di Internet. Melalui hasil analisis penulis terhadap beberapa *sequence* tersebut ditemukan bahwa representasi Citra diri Jokowi digambarkan sebagai pribadi yang positif. Terutama dalam hal

semangat, berpikir maju, mengabdikan pada masyarakat, kreatif, dan inovatif.

Setelah mendapatkan kesimpulan atas penelitian ini, penulis memberikan saran kepada berbagai pihak terkait dengan penelitian yang telah dilakukan. Berikut saran yang penulis kemukakan: Vlog Presiden Joko Widodo disarankan untuk lebih mengembangkan konten isi dalam *channel* tersebut agar lebih variatif dan inovatif, sehingga citra presiden Jokowi dimata masyarakat menjadi semakin positif. Penelitian selanjutnya yang juga menggunakan Vlog sebagai subjek maupun objek disarankan untuk menggunakan metode yang berbeda dengan metode analisis semiotika yang penulis gunakan. Pengguna *YouTube* disarankan untuk lebih bersikap kritis dalam menanggapi pesan yang disampaikan melalui *vlog* maupun video jenis lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro dan Komala. 2004. Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro dan Q-Aness. 2007. Filsafat Ilmu Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ardianto, Elvinaro. 2010. Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Barthes, Roland. 2007. Membedah Mitos – Mitos Budaya Massa. Yogyakarta: Jalasutra.
- Boyd, D. M. 2004. *Friendster and Publicly Articulated Social Networks. Proceeding of AXM Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI 2004)*.
- . 2007. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. Dikutip dari *Journal of Computer-Mediated Communication*.
- Cangara, Hafied. 2005. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Raja Grafindo.
- Dewdney, Andrew & Ride, Peter. 2006. *The New Media Handbook*. New York: Routledge.
- Effendi, Heru. 2003. Mari Membuat Film: Panduan Menjadi Produser Film. Yogyakarta: Adipura.
- Fiske, John. 2007. *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Flew, Terry. 2005. *New Media an Introduction. 2nd Edition*. New York: Oxford University Press.
- Jefkins, Frank. 2002. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kaplan, Andres M & Haenlein, Michael. 2010. *Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social*

*Media.*New York: *Business Horizons*.

- Kuswandi, Wawan. 1996. Komunikasi Massa, Sebuah Analisis Media Televisi. Jakarta: Rinneka Cipta
- Kriyantono, Rachmat. 2006. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta : Kencana.
- _____. 2014. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Littlejohn, Stephen W & Karen A.Foss. 2009. *Theories of Human Communication Eight Editio*. Belmont, California : Thompson Wadsworth.
- McQuail, Denis. 2011. Teori Komunikasi Massa, Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy. 2005. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____. 2012. Metode Penelitian Kualitatif edisi ke-7. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy, 2005, Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullahm Rulli. 2014. Teori dan Riset Meida Siber (*Cybermedia*). Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- _____. 2015. Media Sosial. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Piliang, Yasraf Amir. 2011. Kode, Gaya dan Matinya Makna: Semiotika dan Hipersemiotika. Bandung: Matahari.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2001. Psikologi Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____. 2004. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung:Remaja Rosdakarya.
- _____. 2008. Psikologi Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____. 2011. Psikologi Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sarwono, S. W. 2005. Pengantar Ilmu Psikologi Umum. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- _____. 2010. Teori-teori Psikologi Sosial. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- _____. 2012. Pengantar Psikologi Umum. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sobur, Alex. 2001. Analisis Teks Media. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____. 2003. Semiotika Komunikasi. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- _____. 2004. Semiotika Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Soemirat, Soleh dan Elvinanto Ardianto. 2007. Dasar-dasar *Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. 2008. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta

_____. 2012. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.

Zarella, Dan. 2015. *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta anggota IKAPI

Skripsi:

Al'Amin, Muhammad. 2014. Representasi Perempuan dalam Iklan 60 Tahun Tempo Scan. Pekanbaru: Universitas Riau.

Khairani, Afifah Noor. 2014. Representasi Citra Diri Jokowi dalam Film JOKOWI. Pekanbaru: Universitas Riau.

Lainnya:

http://www.kompasiana.com/wasiat_kumbakarna/jokowimenjawab-cara-bentengi-anak-muda-dari-hoax_58aa654fe422bdec3d7f0742

Mardyati, Ayu Intan. 2017.

Mengenal Vlog. <http://ilmuti.org/wp-content/uploads/2017/02/Mengenal-VLOG.pdf> (diakses pada 30 Maret 2017).

Valentina, "Konsep Diri"

(Www.Psikologi.net) diakses pada 30 Maret 2017.

Youtube.Com (diakses pada 30 Maret 2017).

www.Loop.co.id , diakses pada 30 Maret 2017

www.palingseru.com , diakses pada 30 Maret 2017