

PENGARUH PENGGUNAAN VLOG JOKOWI PADA AKUN YOUTUBE “PRESIDEN JOKO WIDODO” TERHADAP CITRA POLITIK DAN ELEKTABILITAS MENJELANG PILPRES 2019

Ahmad Jamaluddin Islami

Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana

ahmadjamaluddinislami@gmail.com

Abstrak. Dalam perkembangan perpolitikan di Indonesia, Sosial Media menjadi sebuah alat atau media yang sangat disukai oleh para politikus pada umumnya, Presiden Jokowi yang dimana beliau menggunakan saran sosial media sebagai alat komunikasi atau media politik. Jokowi sendiri mempunyai berbagai akun sosial media antara lain, facebook, twitter, dan Youtube. Dimana setiap akun memiliki followers yang tidak sedikit jumlahnya. Melalui sosial media youtube itu sendiri, Jokowi menampilkan kegiatan sehari-hari Jokowi sebagai presiden RI, mulai dari kegiatan rumah sampai kegiatan kerja Jokowi sebagai Presiden RI. Melalui media Youtube ini Jokowi secara tidak langsung melakukan sebuah pencitraan politik dimana itu sangat berguna untuk kancah perpolitikannya di Indonesia. Dan berdasarkan itu semua, Peneliti ingin meneliti tentang seberapa besar pengaruh Vlog Presiden Jokowi dengan Akun Youtube “Presiden Joko Widodo” terhadap Pencitraan Politik dan Elektabilitas Menjelang Pilpres 2019. Penelitian ini ingin melihat apakah teori S-O-R ini dapat berpengaruh dengan adanya vlog presiden joko Widodo (stimulus) yang memberikan informasi tentang kegiatan kerja dan perpolitikan sebagai presiden RI kepada khalayak atau penonton vlog tersebut terutama para pemilih pemula (organisme) yang pada akhirnya mampu mempengaruhi persepsi akan citra politik Jokowi dan minat para pemilih pemula untuk memilih kembali Jokowi sebagai presiden RI di tahun 2019 (response). Pendekatan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode yang digunakan adalah metode survei, dengan data yang diperoleh melalui kuesioner yang disebar kepada 221 orang responden.

Untuk hasil uji hipotesis didapatkan bahwa nilai t hitung uji 1 ($10,907$) $>$ t tabel ($1,652$), dan nilai t hitung uji 2 ($6,328$) $>$ t tabel ($1,652$). Angka tersebut menunjukkan bahwa kedua H_0 ditolak dan kedua H_a diterima. Artinya ada pengaruh vlog Jokowi terhadap citra politik dan elektabilitas menjelang pilpres 2019. Pengaruh yang ada bersifat positif dan signifikan. Komunikasi Politik yang dilakukan Presiden Jokowi melalui akun Youtubanya untuk menghasilkan sebuah citra politik dan elektabilitas, dan semua itu dilihat dari 5 unsur komunikasi politik tersebut, diantaranya komunikator politik, Media Komunikasi Politik, Isi atau Pesan Komunikasi Politik, Komunikan Politik, dan Efek Komunikasi Politik. Dalam pengujiannya melalui teori SOR, didapatkan bahwa terdapat respon atau efek dari stimulus melalui penggunaan vlog Jokowi melalui beberapa pesan politik yang terdapat di beberapa vlog tersebut, yang menimbulkan adanya pandangan seseorang terhadap citra politiknya presiden Jokowi dan juga menghasilkan ketertarikan khalayak untuk memilih Jokowi pada pilpres 2019 nantinya.

Kata Kunci : Sosial Media, Vlog, Presiden Jokowi, Citra Politik, dan Elektabilitas

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan jaman dan perkembangan teknologi yang semakin pesat. Hal ini membuat setiap individu berusaha mengimbangi perkembangan yang terjadi. Teknologi diciptakan untuk mempermudah pekerjaan, efisiensi waktu hingga meningkatkan produktivitas

kerja. Internet yang pada awalnya diciptakan untuk keperluan pertukaran informasi kalangan militer Amerika Serikat, namun pada perkembangannya saat ini seluruh lapisan masyarakat yang ada di dunia dapat mengaksesnya, tanpa ada halangan ruang dan waktu. Menurut data theultralinx.com yang dikutip news.viva.co.id pada edisi 2 juli 2012 mengatakan saat ini pertumbuhan internet, memiliki 2,1 milyar pengguna internet diseluruh dunia. Pada tahun 2001 menurut internet world stats, Indonesia adalah salah satu negara dengan pertumbuhan pengguna internet paling besar ke-4 di Asia setelah China, India dan Jepang.

Perkembangan internet yang sangat pesat ini melahirkan sebuah media baru untuk pengguna internet untuk saling berbagi dan berinteraksi satu dengan yang lain, yakni jejaring sosial atau sering disebut sosmed – sosial media. Ada berbagai macam jejaring sosial, seperti facebook, twitter, youtube, path, instagram dan masih banyak lagi. Berdasarkan hasil survey dari website survey terkemuka Alexa.com, Youtube menempati urutan pertama Top Global Situs yang paling sering dikunjungi, dengan total 36 juta pengunjung setiap harinya, disusul dengan facebook dibelakangnya dengan total 24 juta pengunjung setiap harinya. Di Indonesia sendiri, Youtube menempati urutan pertama sebagai sosial media yang sering dikunjungi, dan sebagai situs, Youtube berada di urutan ke 4 dibawah Tribunnews.com. (Alexa.com, 21-3-2108)

Sebagai Situs dan Sosial Media yang populer di Indonesia, Youtube memberikan fitur menonton dan berbagi video, melalui Youtube para penggunanya pun bisa mendapatkan penghasilan dari Youtube tersebut, itu semua terjadi apabila kita mengupload video di Youtube dan memenuhi syarat dari youtube yang dimana syarat tujuan tersebut agar melalui video yang kita upload itu akan disisipkan sebuah iklan yang akhirnya menjadi pundi-pundi pendapatan kita dari mengupload video di Youtube. Sekarang sudah banyak orang yang mencari penghasilan melalui Youtube, dan mereka biasanya dipanggil dengan sebutan Vlogger, dimana itu berasal dari kata Vlog atau Video Blog.

Dalam perancangan perpolitikan di Indonesia, Sosial Media menjadi sebuah alat atau media yang sangat disukai oleh para politikus pada umumnya, dimana melalui Sosial Media, mereka dengan mudah menyampaikan pesan-pesan kampanye politiknya dikarenakan aksesnya yang mudah dan sudah hampir merata di seluruh Indonesia bisa menerima pesan melalui sosial media tersebut, ditambah lagi biaya yang dikeluarkan untuk berkampanye di sosial media tidak begitu mahal dibanding dengan kampanye langsung.

Penelitian ini ingin melihat apakah teori S-O-R ini dapat berpengaruh dengan adanya vlog presiden joko Widodo (stimulus) yang memberikan informasi tentang kegiatan kerja dan perpolitikan sebagai presiden RI kepada khalayak atau penonton vlog tersebut terutama para pemilih pemula (organisme) yang pada akhirnya mampu mempengaruhi persepsi akan citra politik jokowi dan minat para pemilih pemula untuk memilih kembali jokowi sebagai presiden RI di tahun 2019 (response).

Pada Penelitian ini juga peneliti ingin melihat 5 unsur komunikasi politik menurut Rudy (2003) yaitu Komunikator Politik, Isi/Pesan Politik, Media Politik, Komunikan Politik, dan Efek Komunikasi Politik. Dalam penelitian ini, peneliti ingin menguji apakah kelima unsur ini ada dalam proses penggunaan vlog jokowi tersebut dalam menciptakan citra politik dan tingkat elektabilitasnya.

Salah satu contoh yang dimana akan menjadi objek penelitian adalah Presiden Jokowi yang dimana beliau menggunakan saran sosial media sebagai alat komunikasi atau media politik. Jokowi sendiri mempunyai berbagai akun sosial media antara lain, facebook, twitter, dan Youtube. Dimana setiap akun memiliki followers yang tidak sedikit jumlahnya.

Akun Sosial Media Youtube milik Jokowi sendiri sudah memiliki 496.159 Subscriber dan total rata-rata viewers masing-masing video sebesar 20ribu sampai 2,2 juta viewers. Hal ini

membuktikan bahwa akun sosial media youtube jokowi sangat digandrungi oleh masyarakat penontonya.

Melalui sosial media youtube itu sendiri, jokowi menampilkan kegiatan sehari-hari jokowi sebagai presiden RI, mulai dari kegiatan rumah sampai kegiatan kerja jokowi sebagai Presiden RI. Melalui media Youtube ini Jokowi secara tidak langsung melakukan sebuah pencitraan politik dimana itu sangat berguna untuk kancah perpolitikannya di Indonesia.

Presiden Jokowi sendiri melalui Partai Penyokongnya yaitu PDI-P sudah mendeklarasikan untuk maju kembali sebagai incumbent pada pilpres 2019 nanti. Melalui Ketua Umum Dewan Pimpinan Pusat (DPP) Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), Megawati Soekarnoputri, menggunakan hak prerogatifnya, menunjuk Joko Widodo (Jokowi) sebagai calon Presiden RI 2019-2024. (Tribunnews.com, 23 Februari 2018)

Berdasarkan Judul tersebut, maka peneliti mengkategorikan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh penggunaan vlog jokowi melalui akun youtube “Presiden Joko Widodo” Terhadap Pencitraan Politik Presiden Jokowi
2. Seberapa besar pengaruh penggunaan vlog jokowi melalui akun youtube “Presiden Joko Widodo” Terhadap Elektabilitas menjelang pilpres 2019

KAJIAN TEORI

Komunikasi Politik

Komunikasi Politik adalah suatu bidang atau disiplin ilmu yang menelaah perilaku dan kegiatan komunikasi yang bersifat politik, mempunyai akibat politik, atau berpengaruh terhadap perilaku politik. (Dahlan, 1999)

Salah satu tujuan komunikasi politik adalah membangun citra politik yang baik bagi khalayak. Citra politik itu terbangun atau terbentuk berdasarkan informasi yang kita terima, baik langsung maupun melalui media politik, termasuk media massa yang bekerja untuk menyampaikan pesan politik yang umum dan aktual (Anwar Arifin, 2006: 1).

Partisipasi politik sebagai tujuan komunikasi politik dimaksudkan agar individu-individu berperan serta dalam kegiatan politik (partisipasi politik) (Anwar Arifin, 2006: 11). Sehingga salah satu bentuk partisipasi politik yang penting adalah ketika seseorang (khalayak) mau memberikan suaranya untuk seorang politikus maupun partai politik tertentu dalam pemilihan umum.

Unsur-Unsur Komunikasi Politik

Sebagaimana unsur-unsur komunikasi pada umumnya, maka komunikasi politik terdiri dari beberapa unsur yaitu: komunikator politik, komunikan, isi komunikasi (pesan-pesan) media komunikasi, tujuan komunikasi, efek, dan sumber komunikasi. (Rudy, 3:2005)

Setiap unsur jelas fungsinya, yang mengarah kepada tercapainya fungsi primer komunikasi politik yaitu tujuan komunikasi. Dalam komunikasi politik, maka fungsi primer komunikasi melembaga dengan fungsi primer negara sesuai sistem politik yang melandasinya.

Kominkator politik

Dalam komunikasi politik yang dimaksud komunikator, yaitu individu-individu yang berada dalam suatu instusi, asosiasi, partai politik, lembaga-lembaga pengelola media massa dan tokoh-tokoh masyarakat. Komunikator politik dapat pula berupa negara, badan- badan internasional dan mereka yang mendapat tugas atas nama negara.

Komunikator politik merupakan bagian integral dalam berlangsungnya proses komunikasi. Komunikator politik yang memberi warna dominan terhadap proses komunikasi, yaitu komunikator yang menduduki struktur kekuasaan, karena merekalah yang mengelola, mengendalikan lalu lintas transformasi pesan-pesan komunikasi dan mereka yang menentukan kebijaksanaan nasional. Karena itu sebagai komunikator politik diuntut berbagai persyaratan agar proses komunikasi mencapai sasaran sebagaimana diharapkan. Persyaratan-persyaratan yang dimaksud yaitu:

- Memiliki nuansa yang luas tentang berbagai aspek dan masalah-masalah kenegaraan.
- Memiliki komitmen moral terhadap sistem nilai yang sedang berlangsung.
- Berorientasi kepada kepentingan negara.
- Memiliki kedewasaan emosi (emotional intelligence)
- Jauh dari sikap hipokrit (cognitive dissonance)

Komunikator politik yang berada dalam struktur kekuasaan disebut juga sebagai elit berkuasa. Sedangkan elit yang tidak duduk pada struktur kekuasaan-kekuasaan disebut elit masyarakat yaitu elit yang paling besar jumlahnya, karena elit ini berada dalam berbagai asosiasi kemasyarakatan yang berhubungan dengan seluruh aspek kehidupan. (Deddy Mulyana, 5:2010)

Komunikasikan Politik

Komunikasikan adalah seseorang atau sekelompok orang sebagai subyek yang dituju oleh komunikator (pengirim/penyampai pesan), yang menerima pesan-pesan (berita, informasi, pengertian) berupa lambang-lambang yang mengandung arti atau makna.

Komunikasikan merupakan unsur yang paling penting untuk mencapai suatu komunikasi politik yang efektif. Apabila diantara komunikator dengan komunikasikan terjadi kesalah pahaman dalam melakukan komunikasi politik. sebaliknya, apabila di antara keduanya terjadi komunikasi yang efektif, akan menimbulkan komunikasi politik yang tersampaikan langsung terkait inti dan tujuan dari politik tersebut.

Isi atau Pesan

Informasi yang ada dalam komunikasi politik adalah hasil atau produk dari keputusan para penguasa. Pesan dalam komunikasi politik telah diformulasikan dalam simbol yang sesuai dengan kekuasaan. Isi atau pesan dari komunikasi politik ini terdiri dari hal hal berikut:

- Gabungan beberapa norma yang mengatur lalu lintas pengiriman pesan.
- Panduan dan nilai-nilai idealis yang memiliki tujuan untuk mempertahankan dan melestarikan nilai pada masyarakat.
- Metode maupun cara pendekatan dengan tujuan mewujudkan karakter integratif bagi masyarakat yang hidup dalam suatu lingkungan.
- Ciri khas yang menunjukkan identitas negara.
- Motivasi dasar yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas kehidupan berbangsa dan bernegara.

Dari ungkapan diatas memberi informasi bahwa komunikasi di dalam prosesnya berada pada struktur formal. Pesan-pesan komunikasi disampaikan dengan memakai jenjang yang ada di struktur kekuasaan. Dari struktur ini, pesan akan sampai dari penguasa ke sasaran.

Media Komunikasi Politik

Media dalam komunikasi politik sangat penting dalam proses. Media politik bisa menjadi pusat perhatian para penguasa karena dapat dijadikan alat untuk mendapat legitimasi rakyat. Dalam

memutuskan dan menjalankan suatu kebijakan, sangat penting bagi pemimpin untuk mendapatkan persetujuan dan suara dari rakyatnya.

Dukungan dari masyarakat dapat memperkuat pemerintahan yang berkuasa. Cara untuk memperkuat kekuasaan ini salah satunya adalah dengan memberikan pesan politis dalam suatu media komunikasi politik. Pesan politis ini tentunya telah diwakili oleh simbol-simbol kekuasaan. Apabila unsur media komunikasi politik dihilangkan, komunikasi politik efektif yang diinginkan tidak akan pernah terjadi. Mengapa? media saat ini telah merambah ke seluruh penjuru Indonesia. Segala informasi mudah diterima dengan cepat tanpa bisa disaring terlebih dahulu. Oleh karena itu, menggunakan media sebagai salah satu dari unsur – unsur komunikasi politik agar tercapai tujuan politik sangat amat dibutuhkan.

Efek Komunikasi Politik

Efek didefinisikan sebagai suatu proses penerimaan informasi dari komunikator. Efek adalah kesan atau pengaruh yang ditimbulkan oleh komunikasi setelah ia menerima berita atau informasi. Efek dalam komunikasi dapat memiliki kelanjutan dengan adanya tanggapan atau jawaban yang biasa kita kenal sebagai feedback. Dengan adanya feedback, akan timbul rasa saling mengerti antar pemberi dan penerima informasi.

Dalam komunikasi politik sendiri, diperlukan efek komunikasi yang membuat komunikasi mengerti akan isi komunikasi. Efek komunikasi politik yang baik adalah terjadinya kesepakatan bersama dari komunikasi, dalam hal ini masyarakat terhadap isi pesan yang disampaikan oleh komunikator, yang dalam hal ini mereka yang memiliki kekuasaan, baik struktural maupun non struktural.

Citra Politik

Citra adalah representasi dari seluruh informasi tentang dunia dimana seseorang telah memproses, mengorganisasikan dan menyimpannya. Pengertian citra menurut Lippman adalah gambaran tentang sesuatu dalam bentuk seseorang. (Robert, 2009:82)

Politik pencitraan dalam Bahasa Inggris disebut *imaging politics* merupakan proses atau cara bertindak dalam membentuk citra atau gambaran yang diinginkan kepada publik, dalam bentuk sikap, tindakan, pendapat, dan gagasan. Citra politik dapat dipahami sebagai gambaran seseorang tentang politik yang mencakup pengaruh, wewenang, kekuasaan atau kekuatan, kerjasama, konflik, dan konsensus. Pembentukan citra diri politik para politikus atau pemimpin politik sangat diperlukan melalui komunikasi politik dalam usaha menciptakan stabilitas sosial dan upaya memenuhi tuntutan rakyat. Dalam penelitian ini, Jokowi selaku Capres dari PDIP sangat perlu berusaha melakukan pencitraan politik yang positif melalui vlog ini.

Konteks Media Baru

Saat ini, saluran media dicirikan dengan banyaknya pilihan yang membingungkan – terdapat ratusan saluran televisi kabel dan program siaran sesuai permintaan yang dapat dijumpai setiap hari, belum lagi internet yang memiliki isi beraneka ragam tanpa batas. Selanjutnya dan mungkin yang lebih penting saat ini teknologi media baru memberi peluang bagi selera dan mengkreasi isi media seperti blog, halaman Facebook, portal, dan catatan harian video Youtube. (Berger dkk, 2015; 381).

Menurut Denis McQuail dalam bukunya *Teori Komunikasi Massa* (2011:43) ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter

yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana. Adapun perbedaan media baru dari media lama, yakni media baru mengabaikan batasan percetakan dan model penyiaran dengan memungkinkan terjadinya percakapan antar banyak pihak, memungkinkan penerimaan secara simultan, perubahan dan penyebaran kembali objek-objek budaya, mengganggu tindakan komunikasi dari posisi pentingnya dari hubungan kewilayah dan modernitas, menyediakan kontak global secara instan, dan memasukkan subjek modern/akhir modern ke dalam mesin aparat yang berjaringan.

Sosial Media

Mandibergh mendefinisikan media sosial sebagai "media yang mewadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (User generated content)" (Nasrullah, 2015:11). Media sosial mempunyai ciri - ciri sebagai berikut, Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet, pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu Gatekeeper, pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya, dan penerima pesan yang menentukan waktu interaksi.

Youtube

Diluncurkan pada bulan Mei 2005, YouTube telah memudahkan miliaran orang untuk menemukan, menonton, dan membagikan beragam video. YouTube menyediakan forum bagi orang-orang untuk saling berhubungan, memberikan informasi, dan menginspirasi orang lain di seluruh dunia, serta bertindak sebagai platform distribusi bagi pembuat konten asli dan pengiklan, baik yang besar maupun kecil. YouTube merupakan salah satu perusahaan milik Google. YouTube diciptakan oleh 3 orang mantan karyawan PayPal (website online komersial), Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim pada Februari 2005. Sejak awal diluncurkan, YouTube langsung mendapat sambutan baik di masyarakat.

Youtube adalah video online dan yang utama dari kegunaan situs ini ialah sebagai media untuk mencari, melihat dan berbagi video yang asli ke dan dari segala penjuru dunia melalui suatu web (Budiargo, 2015; 47). Kehadiran YouTube membawa pengaruh luar biasa kepada masyarakat, khususnya masyarakat yang memiliki gairah di bidang pembuatan video, mulai dari film pendek, dokumenter, hingga video blog, tetapi tidak memiliki „lahan “untuk mempublikasikan karyanya”. YouTube mudah dipergunakan, tidak memerlukan biaya tinggi, dan dapat diakses dimanapun, tentunya dengan gadget yang kompatibel. Hal itu membuat pembuat video amatir dapat dengan bebas mengunggah konten-konten video mereka untuk dipublikasikan. Jika video mereka mendapat sambutan baik, jumlah viewers akan bertambah. Viewers banyak akan mengundang pengiklan untuk memasang iklan dalam video-video mereka selanjutnya. Senada dengan televisi, konten program televisi yang disukai masyarakat, dalam hal ini ratingnya tinggi, akan menarik pengiklan secara otomatis.

Video Blog (Vlog)

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. Menurut Educause Learning Initiative, berbagai perangkat seperti ponsel berkamera, kamera digital yang bisa merekam video, atau kamera murah yang dilengkapi dengan mikrofon merupakan modal yang mudah untuk melakukan aktivitas vlog. Pembuat Vlog biasa dikenal dengan sebutan Vlogger. Seperti yang dilansir dalam Wikipedia, pada 20 Januari 2000 seseorang bernama Adam Kontras mengunggah sebuah video bersamaan dengan sebuah tulisan

dalam blog yang menginformasikan rekan dan keluarganya tentang kepindahannya ke Los Angeles demi mengejar bisnis pertunjukan, menandai postingan pertama yang nantinya akan menjadi Vlog terlama sepanjang sejarah. Di bulan November tahun yang sama, Adrian Miles mengunggah video yang mengganti tulisan dalam sebuah gambar diam dan menyebut istilah Vlog sebagai video blognya. Tahun 2004, Steve Garfield membuat sendiri video blognya dan mendeklarasi tahun tersebut adalah “tahun video blog”.

Pelantar yang dapat digunakan para vlogger dalam mengunggah konten video mereka, tentu bermacam-macam. Sebenarnya ketika seseorang sudah aktif di blog dengan menggunakan salah satu pelantar blogging seperti Tumblr, Blogspot, Wordpress, dll, mereka dapat mengunggah konten video juga disana karena memang terdapat fitur yang memungkinkan untuk melakukannya. Namun sekarang ada juga pelantar lain yang dikhususkan untuk mengunggah video saja, seperti YouTube.

METODE

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan suatu metode yang relevan dengan tujuan yang ingin dicapai.

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode survey. Menurut Sugiyono (2013:11) pengertian metode survey adalah :

“Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis”.

Variabel dan Definisi Operasional

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Mercu Buana Meruya Jakarta Angkatan 2016-2017 yang aktif berjumlah 495 orang (Sumber : Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana). Sampel penelitian ini menggunakan rumus slovin dan didapatkan total sebesar 221 orang.

Validitas dan Reabilitas

Validitas yang diuji adalah variabel bebas, yaitu Vlog Jokowi. Hasil uji instrument pertanyaan penelitian bisa dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti (sugiyono, 2007:348) Disini peneliti menguji kevalidan kuisioner pada 20 orang responden terlebih dahulu.

Berdasarkan rumus tersebut didapatkan disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan yang terdapat di variabel X , Y1, dan Y2 adalah valid, karena nilai r hitung pada setiap butir pertanyaan adalah di atas $\geq 0,3$.

Untuk reabilitas menggunakan rumus reabilitas alpha Cronbach didapatkan permasing-masing variabel, pada variabel penggunaan vlog jokowi menghasilkan 0,921 dimana instrumen variabel ini tergolong sangat tinggi (sangat realibel), untuk variabel citra politik menghasilkan 0,956 dimana instrument variabel ini juga tergolong sangat tinggi (sangat realibel) , dan yang terakhir variabel elektabilitas berada di 0,766 dimana tergolong tinggi (realibel).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan jurnal alujevic 2014, youtube merupakan alat iklan politik itu sangat benar adanya, dikarenakan sangat menunjang segala yang dibutuhkan, hal ini dibuktikan pada pemilu eropa tahun 2009. Sedangkan berdasarkan jurnal arofah kurnia 2015, Youtube bisa digunakan sebagai sebuah media klarifikasi atau pernyataan para tokoh politik dalam menyampaikan pesan politiknya. Sedangkan menurut chen ping 2014, melalui Youtube kita bisa membangun personal branding kita sebagai apapun itu. Sedangkan berdasarkan jurnal chun when 2014, disini lebih kearah facebook yang dimana disini menemukan fakta bahwa melalui facebook mereka bisa beradu argument sesame para kandidat pemilu.

Pengaruh Penggunaan vlog jokowi Melalui Akun Youtube “Presiden Joko Widodo” Terhadap Citra Politik Dan Elektabilitas Menjelang Pilpres 2019

Berdasarkan uji korelasi koefisiensi penggunaan vlog jokowi dengan citra politik adalah sebesar 0,593, dan hubungan antara variabel penggunaan vlog jokowi dengan elektabilitas adalah sebesar 0,393. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antar variabel penggunaan vlog jokowi dan citra politik bernilai kuat dikarenakan berada pada interval korelasi 0,5-0,75. Sedangkan hubungan antara variabel penggunaan vlog jokowi dengan elektabilitas bernilai cukup dikarenakan berada pada interval korelasi 0,25-0,5. Koefisiensi pada penelitian ini menunjukkan angka yang positif, maka ketiga variabel mempunyai hubungan yang searah. Artinya jika nilai X tinggi, maka nilai variabel Y1 dan Y2 akan tinggi juga.

Berdasarkan Uji t bahwa nilai t hitung uji 1 (10,907) > t tabel (1,652), dan nilai t hitung uji 2 (6,328) > t tabel (1,652). Angka tersebut menunjukkan bahwa kedua Ho ditolak dan kedua Ha diterima. Artinya ada pengaruh penggunaan vlog jokowi terhadap citra politik dan elektabilitas menjelang pilpres 2019. Pengaruh yang ada bersifat positif dan signifikan.

Pembahasan

Penggunaan Vlog Jokowi melalui 5 Unsur Komunikasi Politik

Komunikasi Politik yang dilakukan Presiden Jokowi melalui akun Youtubanya untuk menghasilkan sebuah citra politik dan elektabilitas, disini peneliti ingin membahas berdasarkan unsur-unsur komunikasi politik, Citra Politik, tingkat elektabilitasnya, dan Teori SOR sebagai landasan utama dalam penelitian ini. Unsur-unsur Komunikasi Politik dalam penelitian ini antara lain :

Komunikator Politik

Sebenarnya sama dengan unsur dalam komunikasi, komunikator politik adalah orang yang menyampaikan sebuah pesan kepada khalayaknya yaitu para komunikan politiknya itu sendiri, cuman disini ranahnya lebih spesifik, lebih kearah Politik.

Komunikator Politik disini adalah Presiden Jokowi itu sendiri, Jokowi menyampaikan pesan politiknya melalui media yang dia gunakan, dan berdasarkan penelitian peneliti, Jokowi berhasil menjadi komunikator yang baik dalam menyampaikan pesan politiknya, yaitu melalui konten-konten yang dia khususkan kepada khalayak milenial yang dimana bakal menjadi pemilihnya nanti di Pilpres 2019.

Hal ini ditambahkan oleh pendapat Gun Gun Heryanto selaku dosen UIN Syarif Hidayatullah melalui artikel berita di suara.com, Menurut Gun Gun, Jokowi menggunakan gaya komunikasi equalitarian yang lebih memilih menggunakan diksi sederhana dan mudah dimengerti kalangan bawah.

Isi atau Pesan Komunikasi Politik

Dalam Vlog Presiden Jokowi, Presiden Jokowi menyampaikan sebuah pesan politik yang dikhususkan kepada kaum milenial, hal ini dapat dilihat dari video yang peneliti teliti, yaitu tentang video jokowi yang bersama para siswa SMA di Istana Kepresidenan, disini terlihat jokowi sangat luwes dalam menanggapi para kaum milenial tersebut dan juga disini dapat dilihat bahwa citra jokowi yang dekat dengan masyarakat khususnya anak muda benar adanya.

Adalagi beberapa isi dari vlog presiden jokowi yang terkait anak muda atau kaum milenial seperti presiden jokowi yang memakai sneaker anak muda jaman sekarang, memakai atau mengendarai motor custom yang sekarang memang lagi banyak digandrungi kaum milenial.

Media Komunikasi Politik

Media konvensional (televise, Koran, dll) dari dulu dikuasai oleh tokoh-tokoh politik tertentu saja. Sehingga tidak semua tokoh politik tidak bisa menyampaikan pesannya dengan mudah. Pesan yang akan disampaikan melalui media utama bisa jadi memiliki framing yang berbeda-beda. Kemudian muncullah YouTube dengan vlognya sebagai ruang baru. Di YouTube setiap orang bisa membuat kontennya sendiri tanpa ada filter atau gatekeeping dll. Seseorang bisa menyampaikan pesan politiknya tanpa ada filter dari media. Maka YouTube digunakan sebagai alternatif penyampaian pesan pada masyarakat. YouTube relative lebih memberikan kebebasan kepada komunikator dalam penciptaan pesan yang ingin disampaikannya. YouTube memungkinkan komunikator membangun sebuah interaksi dengan khalayak (audien). Antara komunikator dengan khalayak dan juga antara khalayak dengan komunikator.

Dalam komunikasi politik dituntut memiliki sebuah kreatifitas. Komunikasi politik yang kreatif membutuhkan banyak media dan saluran. YouTube menjadi salah satu media yang menjanjikan untuk mencurahkan kreatifitas. YouTube di Indonesia menempati nomer lima pengguna paling besar di Asia Tenggara. Di Indonesia sendiri YouTube menempati nomer tiga “top website” di Indonesia yang sering diakses. (Alexa.com) Penggunaanya yang banyak dan popularitasnya yang tinggi menjadikannya media komunikasi politik yang efektif.

Dalam penelitian ini, media komunikasi politik yang jokowi gunakan adalah video blog atau vlog, yang dimana melalui vlog ini Presiden Jokowi menyampaikan pesan politiknya, vlog ini sendiri didirikan Presiden Jokowi sejak tanggal 27 Mei 2016 (Hasil observasi Peneliti). Vlog ini sendiri digunakan Presiden Jokowi untuk merangkul kaum milenial yang dimana sekarang aktif didunia internet, khususnya Youtube.

Komunikasikan Politik

Komunikasikan Politik disini adalah khalayak yang menjadi tujuan pesan politik Presiden Jokowi disampaikan. Berdasarkan observasi awal peneliti, menurut Humas Kepresidenan, Vlog ini memang digunakan Presiden Jokowi untuk menggaet para kaum milenial agar bisa mengenal lebih dekat tentang sosok Presiden Jokowi.

Pada penelitian ini, peneliti mengambil mahasiswa Fikom Univ. Mercu Buana untuk dijadikan responden penelitian, hal ini didasarkan pada hasil survey yang dilakukan oleh LSI Denny JA, mengatakan bahwa “Jokowi Widodo unggul dalam survey yang ditujukan kepada kaum milenial, akan tetapi jokowi juga kalah dalam survey yang ditujukan kepada kaum terpelajar”. Peneliti menganggap bahwa mahasiswa Fikom Univ. Mercu Buana termasuk dalam kategori kaum milenial dan juga termasuk dalam kategori kaum terpelajar, oleh karena itu Komunikasikan Politik pada penelitian ini adalah mahasiswa Fikom Univ. Mercu Buana.

Dan kalau kita telaah lebih lanjut dalam vlog presiden Jokowi tersebut, Jokowi memang mengkhususkan penggunaan vlog tersebut untuk menyampaikan kinerjanya dan citranya kepada para kaum milenial yang memang aktif di sosial media, khususnya Youtube.

Efek Komunikasi Politik Presiden Jokowi

Dalam komunikasi politik sendiri, diperlukan efek komunikasi yang membuat komunikan mengerti akan isi komunikasi. Efek komunikasi politik yang baik adalah terjadinya kesepakatan bersama dari komunikan, dalam hal ini masyarakat terhadap isi pesan yang disampaikan oleh komunikator, yang dalam hal ini mereka yang memiliki kekuasaan, baik struktural maupun non struktural.

Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) efek komunikasi politik yang dilakukan oleh Presiden Jokowi melalui Vlog, yaitu Citra Politik dan Tingkat Elektabilitas.

Citra Politik Jokowi

Citra adalah representasi dari seluruh informasi tentang dunia dimana seseorang telah memproses, mengorganisasikan dan menyimpannya. Pengertian citra menurut Lippman adalah gambaran tentang sesuatu dalam bentuk seseorang. (Robert, 2009:82) Sedangkan Citra Politik sendiri adalah citra atau reputasi yang berkenaan dengan partai politik atau seorang yang berkarir dibidang politik yang dipresepikan oleh masyarakat luas.

Dalam penelitian ini Presiden Jokowi melalui Vlognya bertujuan untuk membangun sebuah citra politik yang dekat dengan masyarakat khususnya kaum milenial dan juga membangun citra yang bisa dibilang merakyat dari beberapa video vlog yang dia sampaikan. dalam penelitian ini juga ditemukan bahwa citra politik yang didapat dari komunikasi politik yang melalui vlog tersebut menciptakan nilai positif, yang hampir keseluruhan responden setuju dengan citra politik Jokowi yang positif.

Berdasarkan hasil penelitian peneliti, ditemukan bahwa para mahasiswa yang menonton vlog Jokowi tersebut melihat bahwa Presiden Jokowi digambarkan sebagai seorang tokoh politik atau pemimpin yang dekat dengan masyarakat dan berjiwa muda, dari beberapa tayangan vlog yang bercerita tentang presiden Jokowi yang sedang bercengkrama dengan anak muda dan para siswa sma, mengendarai motor custom yang lagi digandrungi anak muda, dan style pakaian yang juga seperti anak muda seperti memakai jaket jeans dan sepatu sneaker.

Elektabilitas

elektabilitas seorang tokoh politik tergantung dengan citra politik yang dibangun oleh tokoh tersebut, Orang yang memiliki elektabilitas tinggi adalah orang yang dikenal baik secara meluas dalam masyarakat. Namun untuk dapat dikenal secara luas, perlu ada usaha untuk memperkenalkan. Di sini publikasi dan kampanye memegang peranan penting. Ada orang baik, yang memiliki kinerja tinggi dalam bidang yang ada hubungannya dengan jabatan publik yang ingin dicapai, tapi karena tidak ada yang memperkenalkan menjadi tidak elektabel. Sebaliknya, orang yang berprestasi tinggi dalam bidang yang tidak ada hubungannya dengan jabatan publik, boleh jadi mempunyai elektabilitas tinggi karena ada yang mempopulerkannya secara tepat.

Dalam penelitian ini, berdasarkan hasil penelitian yang peneliti teliti ditemukan tingkat elektabilitas Jokowi yang lumayan bagus, meskipun tidak sebesar hasil citra politiknya, namun itu cukup membuktikan bahwa melalui vlog, presiden Jokowi bisa meningkatkan tingkat elektabilitasnya. Memang terdapat perbedaan yang cukup signifikan dari hasil temuan peneliti mengenai Citra Politik dengan Elektabilitas, hal ini dikarenakan bahwa tidak mesti citra politik

seseorang menentukan minat orang untuk memilih seperti yang berdasarkan hasil temuan peneliti.

PENUTUP

Komunikasi Politik yang dilakukan Presiden Jokowi melalui akun Youtubanya untuk menghasilkan sebuah citra politik dan elektabilitas, dan semua itu dilihat dari 5 unsur komunikasi politik tersebut, diantaranya komunikator politik, Media Komunikasi Politik, Isi atau Pesan Komunikasi Politik, Komunikan Politik, dan Efek Komunikasi Politik.

Citra Presiden Jokowi disini digambarkan sebagai seorang Presiden yang dekat dengan masyarakat terutama kaum milenial dan memiliki sifat yang diinginkan oleh masyarakat, dan juga mereka setuju untuk memilih Presiden Jokowi di Pilpres 2019 nanti.

Terdapat perbedaan yang signifikan dari hasil uji mengenai citra politik dan elektabilitas, disini hasil elektabilitas dibidang cukup kecil disbanding hasil citra politik, namun kedua hasil ini tetap bersifat positif, dan dapat disimpulkan juga bahwa citra politik tidak selalu menjamin tingkat elektabilitas seorang tokoh politik.

DAFTAR RUJUKAN

JURNAL PENELITIAN

- Alujevic, Lucia Vesnic. 2014. YouTube: A Political Advertising Tool? A Case Study of the Use of YouTube in the Campaign for the European Parliament Elections 2009. Taylor & Francis Group Journal
- Arofah, Kurnia. 2015. Youtube Sebagai Media Klarifikasi dan Pernyataan Tokoh Politik. Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta
- Chen Ping, Ching. Exploring Personal Branding on YouTube. Yuan Ze University, Chung-Li, Taiwan Journal of Internet Commerce, Taylor & Francis Group Journal
- _____. Application of the Stimuli-OrganismResponse (S-O-R) Framework to Online Shopping Behavior. College of Business Administration, Kangwon National University, Chuncheon, Republic of Korea, Journal Journal of Internet Commerce, 13:159–176, 2014 Taylor & Francis Group

BUKU

- Arifin, Anwar., Komunikasi Politik Paradigma, Teori, Aplikasi, Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka, 2003
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung:Alfabeta.