

Manuver dan Momentum Politik Joko Widodo: Analisis Wacana Kritis #JKWVLOG

Patricia Robin¹, Shella Fendista², Alvin Adiwinata³

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bunda Mulia

UBM TOWER, Alam Sutera, Jl. Jalur Sutera Bar. No. Kav. 7, 9, RT 001/RW 015,

Kunciran, Kec. Pinang, Kota Tangerang, Banten 15143

¹patrobin23@gmail.com, ²shellafendista@gmail.com, ³alvinadiwinata44@gmail.com

ABSTRAK: Bahasa merupakan elemen penting dalam kehidupan manusia yang menjadi perhatian pembahasan dalam karya ini. Wujudnya dalam bentuk audio visual tidak muncul begitu saja melainkan melalui beberapa tahap hingga akhirnya diterima dan dimaknai oleh penerima. Pembahasan kali ini membahas mengenai salah satu vlog Jokowi yang ditampilkan melalui Youtube dengan judul "Jalan Pagi Bareng Jan Ethes" yang diunggah pada 21 September 2019, yang menarik perhatian adalah waktu pengunggahan tayangan yang menggambarkan keakraban kakak dan cucu ketika Indonesia sedang diterpa isu negatif serta bencana. Pembahasan ini menggunakan metode penelitian kualitatif analisis wacana kritis (*critical discourse analysis*) oleh Norman Fairclough. Proses wacana atau bahasa dianalisis menggunakan tiga tahap, yaitu mikrostruktur, mesostruktur, dan makrostruktur. Tahapan mikrostruktur mengutamakan produksi teks yang tergambarkan dalam representasi (visual dan audio), hubungan, dan identitas. Hal ini berlanjut membahas mengenai sosok yang ambil peran dan bagian dalam video tersebut, yang kemudian dibagi menjadi produksi, konsumsi, dan reproduksi teks. Memasuki tahapan akhir berupa unsur sosiokultural mengambil peran sehingga dilihat dari level situasional, institusional, dan sosial. Hasil yang didapatkan adalah produksi teks yang ada dalam #JKWVLOG ini merupakan bentukan yang dilakukan untuk memperlihatkan suatu ideologi dari objek pembahasan, yaitu Presiden Joko Widodo dalam audio visual yang terlihat, melalui media bantu Youtube yang merupakan *platform* terbesar digunakan oleh masyarakat. Ideologi pribadi, kepala keluarga, sekaligus sebagai sosok kepala negara yang ingin ditampilkan terwujud jelas dalam setiap teks di video, namun teralihkan dengan *timing* pengunggahan video yang kurang tepat, di tengah kemelut masalah yang sedang terjadi di Indonesia.

Kata kunci: manuver politik, aktor politik, analisis wacana kritis, CDA, Norman Fairclough

ABSTRACT: *Language was an important element in human life. Audiovisual did not just appear but through several stages until finally accepted and interpreted by the receiver. This study discussed one of the Jokowi vlog displayed on Youtube channel with title "Jalan Pagi Bareng Jan Ethes". What is interesting was the uploading time of the shows depicting the familiarity of grandfather and grandchildren when Indonesia being exposed by negative issues as well as disasters. The process of discourse analysis from Norman Fairclough used three stages, microstructure, mesostructure, and macrostructure. The microstructure stage prioritized the production of texts that were represented in visual and audio, relationships, and identity. This continued to discuss the figure who takes part in the video, which divided into the production, consumption, and reproduction of texts. Entering the final stage where the sociocultural element took a role so that seen from the situational, institutional and social levels. The research results were the production of texts contained in #JKWVLOG this was the formation and means of Jokowi's ideology displayed. Personal ideology, as well as a figure of head of state manifested itself in his movements and exact timing in uploading the video.*

Keywords: political maneuvers, political actors, critical discourse analysis, Norman Fairclough

PENDAHULUAN

Komunikasi dan bahasa berjalan beriringan. Bahasa sebagai salah satu bentuk pesan (*message*) dalam komunikasi menyajikan makna tersendiri yang bisa jadi diterima mentah oleh penerima, ataupun menjadi suatu wacana khusus berarti yang layak untuk diuji kedalaman dan cakupan luasannya. Membicarakan hal tersebut, maka tidak dapat dipungkiri, terpaan bahasa menimpa manusia dalam keseharian hidupnya, baik sebagai bagian dari sebuah masyarakat ataupun ketika menjadi makhluk individual. Bahasa adalah praktik kekuasaan yang mana di dalamnya terdapat ragam kepentingan yang disajikan dalam bentuk teks tertulis ataupun audio visual. Menurut Foucault (1972), wacana kadangkala sebagai bidang dari semua pernyataan yang kadang sebagai sebuah individualisasi kelompok pernyataan, dan kadang sebagai praktik regulatif yang dilihat dari sejumlah pernyataan (Eriyanto, 2009).

Wacana tidak terjadi sebagaimana adanya, melainkan melalui beberapa proses yang akhirnya diterima sebagai sebuah wujud kewajaran. Keterlibatan ragam pihak di dalamnya membuat studi tentang bahasa dan wacana menarik untuk dilakukan. Praksis ini meliputi dari pembahasan dan pembuatan di pihak internal, berhubungan dengan organisasi, hingga dilempar ke masyarakat sosial. Wacana yang tidak terhindarkan berasal dari dunia politik. Mengemban tugas sebagai seorang wakil yang dipilih rakyat melalui proses rumit dan panjang, keberadaan Presiden sebagai tokoh utama dari sebuah negara tidak dipungkiri selalu menjadi sorotan. Hal ini yang juga diemban oleh Presiden Joko Widodo. Presiden Indonesia ke-7 yang menjabat pada periode pertama pada 2014-2019, serta mengemban jabatan lagi pada periode ke-2 tahun 2019-2024.

Dikutip dari CNN Indonesia, memiliki peran fundamental di tengah masyarakat, mantan Wali Kota Solo ini memanfaatkan media sosial. Platform ini digunakan bukan hanya untuk memamerkan hasil kerja, melainkan juga “merespon” video viral yang secara langsung tak langsung ditujukan kepadanya. Keaktifan Presiden Joko Widodo dalam media sosial ditanggapi beragam oleh warga internet (warganet). Hampir di setiap unggahan, perdebatan terjadi, antara tudingan pencitraan dan dukungan.

Dikutip dari Tirto.id (2019), Ikatan Cendikiawan Muslim Se-Indonesia (ICMI) merilis

hasil riset mengenai pandangan warganet di media sosial seputar Pilpres 2019. Berdasarkan hasil riset tersebut, pasangan Joko Widodo dan Ma'ruf Amin masih mendominasi *tone* positif tertinggi di media sosial. Keduanya memperoleh *tone* positif di media sosial hingga 67%, sedangkan untuk pasangan Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno, *tone* positif keduanya di media sosial adalah 59%.

Berangkat dari kestabilan *tone* positif tersebut, Presiden Joko Widodo memantapkan diri untuk menunjukkan dirinya dalam akun media sosial seperti akun Instagram @jokowi dan Youtube dengan nama *channel* Presiden Joko Widodo. Dalam pembahasan kali ini, penulis akan berfokus pada Youtube yang ada sejak 6 Mei 2015 dan memiliki 1,6 juta pengikut. Bila dilihat, paparan gambar dan suara yang ia sajikan begitu ragam topik dan nuansa. Bukan berarti sosoknya sebagai seorang Presiden yang memimpin Indonesia membuatnya harus mengunggah hal menyangkut kenegaraan saja. Keragaman isi video mengantarkan pada sebuah pertanyaan besar, terutama video yang diunggah pada 21 September 2019 dengan judul “Jalan Pagi Bareng Jan Ethes”.

“Pertunjukan” kebersamaan Joko Widodo dengan keluarga bukan baru kali pertama dinaikkan menjadi konsumsi publik media sosial terutama Youtube dan Instagram. Perjalannya ke Solo atau ketika kuliner bersama keluarga sudah sering diangkat, baik dengan kamera dan editing profesional hingga begitu ciamik, atau benar dengan gaya *vlogging* atau memegang kamera sendiri untuk langsung berbicara dengan audiens. Menggunakan media terbaru memang memiliki kelebihan, yaitu mampu menjangkau khalayak yang lebih banyak karena tidak terbatasi secara geografis, juga demografis lebih luas; namun kelemahan juga tidak dapat dipungkiri, manakala area media sosial dengan basis internet menjadi terlalu bebas sampai akhirnya tidak ada batas dan menjadi ranah pertarungan paparan ideologi.

Perhatian utama dalam naskah ini adalah pergerakan politik (manuver) dan momentum Joko Widodo ketika mengunggah video kebersamaannya bersama Jan Ethes, cucu pertama yang memang dicintai oleh warganet dengan keluguan, ketampanan, dan suara medok Jawa. Menarik melihat keadaan negara di kurun waktu Agustus-September 2019 sebab masalah seakan tidak berhenti datang, dari

mulai kesalahpahaman yang “seakan” meragukan Papua sebagai bagian dari Negara Kesatuan Republik Indonesia; kebakaran hutan dan lahan (karhutla) yang merugikan negara baik dari sisi ekonomi, bisnis dan sumber daya (manusia dan alam); pelemahan KPK dengan digantinya pemimpin dan undang-undang; hingga sepak terjang Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) jelang akhir masa jabatan yang ingin “merombak” UU negara yang selama ini digunakan, tanpa memperhatikan kepentingan yang lebih luas di luar sana. Banyak masalah lain yang tercipta atau tidak oleh media, tetapi menunjukkan kecarutmarutan negara, baik dilihat dari dalam atau luar negeri.

Salah satu paparan yang begitu menarik perhatian adalah momen Joko Widodo menangani RUU KUHP di mana ia mengatakan akan ada penundaan, tepatnya dikatakan pada 20 September 2019 atau sehari sebelum pengunggahan video bersama Jan Ethes, akhirnya terakumulasi dengan kekecewaan pelemahan KPK yang seakan berbeda dengan janjinya semasa kampanye. Hal ini ditanggapi secara massif dan represif oleh banyak elemen masyarakat, terutama di kalangan mahasiswa. Bukan hanya mengenai kebijakan dan langkahnya yang dipertanyakan, akhirnya komentar dari warganet sejak pengunggahan #JKWVLOG “Jalan Pagi Bareng Jan Ethes” tidak dapat dibendung mengantar Joko Widodo sebagai sosok yang naif dan tidak mencintai rakyatnya.

Dibantu oleh pemikiran mengenai kekuasaan struktural dan kultural oleh Louis Althusser, kekuasaan struktural hadir melalui kehadiran para aparatus kekuasaan negara (*state apparatus*); Sebaliknya kekuasaan secara kultural hadir melalui beragam aparatus ideologi yang dikendalikan oleh negara (*ideological state apparatus*). Struktur kekuasaan juga bisa hadir dalam wataknya demokratis, namun bisa bersifat hegemonik melalui beragam arena sosial dan budaya. Kekuasaan adakalanya memusat dalam jantung-jantung kelembagaan negara dan pemerintah. Sebaliknya, kekuasaan juga cenderung keluar dari jantung-jantung kelembagaan negara dan pemerintah dan kemudian bergerak dan menyebar dalam berbagai institusi sosial masyarakat. Di sini kemudian kekuasaan menjadi arena tarik menarik antara arus kekuasaan negara dan pemerintahan di satu sisi dengan arus kekuasaan di dalam institusi-

institusi sosial masyarakat. Adakalanya negara bisa mengelola kekuasaan tersebut bersama dengan mendapatkan dukungan dan legitimasi masyarakat. Sebaliknya, masyarakat bisa mendeligitimasi dan mendegradasi kekuasaan dari institusi negara dan pemerintah (Ahmad, 2012).

Kata “wacana” adalah kata yang sering kita dengar atau sebutkan selain kata lain yang berkembang di dunia modern khususnya politik kini seperti demokrasi, hak asasi manusia, masyarakat sipil ataupun wakil rakyat. Hal ini yang akhirnya juga membingungkan manakala kata yang disebutkan semakin sering akhirnya menimbulkan semakin banyak keraguan dan kerancuan ketimbang kejelasan. Kata “wacana” bukan semata berada dalam ranah ilmu komunikasi, melainkan digunakan dalam praktik ilmu sosiologi, linguistik, bahkan psikologi (Eriyanto, 2009). Pembahasan mengenai bentuk teks adalah pembahasan tak berujung. Bahasa tidak lain dianggap sebagai praktik kekuasaan yang membawa ragam kepentingan di dalamnya. Bukan hanya dalam konteks sebagai teks (deskripsi) saja, melainkan hingga ke tahapan interpretasi (analisis produksi), bahkan ke tahap eksplanasi (analisis sosial). Hal ini yang kiranya membuat pembahasan mengenai keberadaan bahasa menjadi penting dan relevan dalam keseharian masyarakat yang tidak bisa terlepas dari paparan media massa, baik dalam bentuk yang konvensional (television dan radio) ataupun *online*. Maka atas dasar tersebut, penulis akan melakukan pembahasan pada:

1. Struktur bahasa yang ada dalam sajian #JKWVLOG “Jalan Pagi Bareng Jan Ethes” dalam konteks mikrostruktur, mesostruktur, dan makrostruktur.
2. Proses makna yang muncul dari #JKWVLOG sebagai realisasi ideologi dari Joko Widodo, yaitu subjek utama dalam video bersangkutan.

Pembahasan mengenai wacana dalam video #JKWVLOG memiliki rujukan beberapa pembahasan terdahulu. Pembahasan pertama yang menjadi rujukan bertajuk “Makna Di Balik Pesan Politik Presiden Jokowi (Analisis Wacana Kritis Fairclough terhadap Pernyataan Sikap Presiden Joko Widodo Menanggapi Kerusuhan Rasial di Papua dan Papua Barat” yang dibuat oleh Cosmas Gatot Haryono dan Djunaedi Setiawan (2020). Kesamaan dari pembahasan ini adalah pisau analisis yang digunakan yaitu Analisis Wacana Kritis Norman

Fairclough. Dengan subjek yang juga sama, pembeda terletak pada objek analisis. Jika pada pembahasan ini adalah video (audiovisual), pada pembahasan terdahulu adalah menggunakan pernyataan sikap. Level yang dibahas dalam pembahasan ini adalah sama-sama tiga level, hanya saja lebih rumit ketika video juga dimaknai dengan keberadaan warna dan gestur sekaligus kata dan nonverbal lainnya.

Rujukan selanjutnya adalah "Diskursus Khilafah dalam Media Televisi Indonesia: Studi Analisis Wacana Kritis Program Acara Aiman episode Mendadak Khilafah di Kompas TV" yang dibuat oleh Muhammad Alan Putra Irawan (2018). Media massa Kompas TV dijadikan objek pembahasan, terutama pada tayangan Aiman dengan judul Mendadak Khilafah. Hasil dari pembahasan ini adalah khilafah yang direpresentasikan sebagai ideologi negatif, berbahaya, dan diposisikan sebagai ide terlarang yang bisa mengancam keutuhan bangsa. Wacana ini sekaligus menunjukkan bahwa Kompas TV menjadi bagian dari media partisian untuk melanggengkan ideologi dominan yang dianut negara. Sedikit banyak pernyataan ini menunjukkan bagaimana kekuasaan melancarkan adanya penetapan ideologi dominan sehingga terus tertanam di kehidupan masyarakat. Pelancaran ideologi tersebut tidak terlepas dari peran media massa yang dalam pembahasan ini adalah televisi, sementara pada penulis lebih berfokus pada audio visual di media *online*.

Analisis Wacana Kritis

Dalam hal ini, kata wacana merujuk pada komunikasi lisan atau tulisan yang dilihat dari titik pandang kepercayaan, nilai, dan kategori yang masuk di dalamnya; kepercayaan di sini mewakili pandangan dunia; sebuah organisasi atau representasi dari pengalaman (Fowler, 1977). Menurut Fairclough dan Wodak, Analisis Wacana Kritis (AWK) melihat wacana sebagai bentuk praktik sosial yang menyebabkan sebuah hubungan dialektis di antara peristiwa diskursif tertentu dengan situasi, institusi, dan struktur sosial yang membentuknya. Praktik wacana menampilkan efek ideologi, memproduksi dan mereproduksi hubungan kekuasaan yang tidak imbang antara kelas sosial, laki-laki dan wanita, kelompok mayoritas dan minoritas melalui perbedaan yang direpresentasikan dalam posisi

sosial (Eriyanto, 2009). AWK menyelidiki bagaimana melalui bahasa kelompok sosial saling bertarung dan mengajukan versi masing-masing. Karakteristik AWK menurut Van Dijk, Fairclough, dan Wodak antara lain (Eriyanto, 2009):

1. Tindakan

Wacana adalah sebuah tindakan yang diasosiasikan sebagai bentuk interaksi yang bukan terjadi dalam ruang tertutup dan internal. Wacana dianggap sebagai sesuatu yang bertujuan (mempengaruhi, mendebat, membujuk, atau lainnya) yang dipahami sebagai sesuatu yang terkontrol dan sadar.

2. Konteks

AWK yang diproduksi, dimengerti, dan dianalisis mempertimbangkan konteks seperti latar, situasi, peristiwa, dan kondisi. Bahasa tidak dimengerti sebagai mekanisme internal dari linguistik semata, melainkan dipahami dalam konteks keseluruhan. Konteks di sini memasukkan semua situasi dan hal yang berada di luar teks dan memengaruhi pemakaian bahasa, seperti partisipan bahasa, situasi di mana teks diproduksi dan fungsi yang dimaksudkan. Teks dan konteks dipandang bersama-sama dalam proses komunikasi.

3. Historis

Wacana harus ditempatkan dalam konteks historis tertentu terutama ketika teks tersebut diciptakan. Dalam melakukan analisis perlu tinjauan untuk mengerti mengapa wacana yang berkembang atau dikembangkan seperti demikian, mengapa bahasa yang dipakai seperti itu, dan seterusnya.

4. Kekuasaan

Konsep kekuasaan adalah kunci hubungan antara wacana dengan masyarakat. Pemakai bahasa di sini bukan hanya pembicara, penulis ataupun pembaca, tetapi mereka yang menjadi bagian dari kategori sosial tertentu. AWK di sini tidak membatasi diri pada detil teks atau struktur wacana tetapi juga menghubungkan kekuatan, kondisi sosial, politik, ekonomi dan budaya tertentu. Kekuasaan tidak terlepas dari kontrol yang tidak harus selalu berada dalam bentuk fisik tetapi juga mental dan psikis.

5. Ideologi

Teks, percakapan, dan bentuk wacana lainnya merupakan praktik ideologi tertentu. Ideologi

dibangun oleh kelompok dominan dengan tujuan mereproduksi dan melegitimasi dominasi mereka. Strategi utama yang dilakukan adalah membuat kesadaran pada benak khalayak bahwa dominasi itu diterima secara *taken for granted*. Wacana dipandang sebagai medium melalui mana kelompok dominan mempersuasi dan mengomunikasikan kepada khalayak produksi kekuasaan dan dominasi yang dimiliki sehingga terlihat absah dan benar.

AWK Norman Fairclough

Wacana dalam perspektif pasca-strukturalis tidak mengutamakan prinsip-prinsip komunikasi, melainkan pengetahuan dan kekuasaan. Dipaparkan oleh Michel Foucault bahwa memahami kekuasaan sebagai kekuatan relasional secara mapan dan terorganisasi menembus tubuh sosial, yaitu dengan mekanisme pengaturan yang melibatkan disiplin, institusi, dan profesionalisme. Kekuasaan dapat membentuk pengetahuan dan hierarki yang bekerja secara samar, tidak terlihat, tetapi mendominasi dengan menghasilkan wacana dan kebenaran (Karlberg, 2005).

Dosi (2012) menjelaskan, wacana dominan dapat mendiskriminasi atau mengucilkan wacana yang bertentangan dengan wacana yang berkembang. Pengucilan dilakukan salah satunya dengan membuat klasifikasi tentang mana yang baik dan buruk, mana yang bisa diterima dan mana yang tidak bisa diterima sehingga memunculkan pihak berkuasa semakin dominan, serta mendiskriminasi kelompok tertentu agar semakin lemah. Hal ini dilakukan karena wacana dipandang sebagai medium kelompok dominan dalam mempersuasi dan mengkomunikasikan ideologi kepada khalayak (Eriyanto, 2009).

Pendekatan Fairclough digunakan oleh penulis dalam menganalisis teks lantaran keberadaannya yang lengkap dan berisikan tiga tingkatan dimensi, antara lain: (1) dimensi tekstual (mikrostruktural), meliputi representasi, relasi, dan identitas; (2) dimensi raktik produksi teks (mesostruktural), meliputi produksi teks, penyebaran teks, dan konsumsi teks; serta (3) dimensi praktik sosial budaya (makrostruktural), meliputi situasional, institusional, dan sosial

(Eriyanto, 2009). Dalam pelaksanaan analisis selanjutnya, Norman Fairclough mengungkapkan tiga tahapan yang dilaksanakan, dimulai dari deskripsi atau menguraikan isi dan analisis secara deskriptif atas teks; dilanjutkan dengan interpretasi yaitu menafsirkan teks dihubungkan dengan praktik wacana (hubungkan dengan proses produksi); tahap terakhir adalah eksplanasi yang bertujuan mencari penjelasan atas hasil penafsiran sebelumnya. Hal ini akan lengkap dan dapat terjadi dengan menghubungkan produksi teks dengan praktik sosiokultural berada. Paparan di media massa tidak lain adalah hasil dari proses kompleks dari berbagai kekuatan, aturan, regulasi, dan negosiasi yang terjadi di banyak sisi (Eriyanto, 2009).

Komunikasi Politik

Komunikasi politik merupakan proses komunikasi yang memiliki implikasi atau konsekuensi terhadap aktivitas politik. Dalam hal ini, pesan yang disampaikan dalam ranah ini memiliki bobot politik dan menyasar anggota masyarakat yang dapat menggunakan hak suara dalam pemilihan (Cangara, 2016). Bukan hanya dilakukan dalam lingkup komunikasi langsung tatap muka, komunikasi politik juga dominan dilakukan melalui media massa khususnya audio visual. Melalui media massa tersebut, para politisi biasanya mengusung isu publik dan menawarkan beragam kebijakan publik dalam sejumlah arena kampanye politik.

Beragam kegiatan politik, sosok serta latar belakang sosial budaya ditampilkan secara wajar melalui program tayangan berita, *feature*, maupun program-program yang lain. Komunikasi politik di era dominasi media audio visual ini melahirkan sejumlah elit politik generasi baru. Dalam arena sistem politik demokratis, elit politik yang kian canggih memanfaatkan media massa sebagai arena membangun citra politik kepada publik (Ahmad, 2012). Terdapat tiga hal utama yang wajib diperhatikan oleh aktor politik ketika melakukan komunikasi politik. Hal ini dijabarkan sebagai berikut (McNair, 2003):

1. Komunikasi politik tidak hanya berfokus pada pesan verbal atau pernyataan tertulis, melainkan juga nonverbal atau bahasa tubuh (gaya berpakaian, gaya rambut, serta

- cara berjalan, dan lainnya). Segala bentuk komunikasi oleh politisi dan aktor politik lainnya digunakan demi mencapai tujuan tertentu.
2. Komunikasi dilakukan aktor non-politik (individu dengan hak pilih maupun kolumnis kepada aktor politik).
 3. Komunikasi tentang aktor politik serta aktivitas yang dilakukan dimuat di berita maupun platform media lainnya, termasuk media sosial termasuk dalam bentuk komunikasi politik.

Konteks komunikasi politik yang diuraikan di sini berada dalam lingkup negara yang demokratis. Proses penggunaan hak suara dilakukan tanpa adanya paksaan sama sekali, melainkan atas terciptanya kesepahaman. Indrananto menuturkan bahwa demokrasi memusatkan perhatian pada peran setiap individu. Proses politik yang berlaku mensyaratkan bahwa setiap individu bertindak secara kolektif untuk menentukan siapa yang berhak memimpin mereka (Indrananto, 2002).

Media Sosial

Media sosial merupakan media yang terhubung dengan jaringan internet (*networks*), di mana para penggunanya dapat berkomunikasi dan berinteraksi dengan pengguna lain tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Penggunaan media sosial dapat dibagi menjadi dua tipe pengguna. Ada mereka yang bersifat aktif yang menggunakan media sosial dalam interaksi dengan pengguna lain melalui fitur media sosial seperti pemberian komentar pada post pengguna lain, mengunggah foto atau status maupun aktivitas lainnya. Mereka yang berada dalam klasifikasi ini beraktivitas dengan leluasa dan tidak segan membagikan informasi personal. Di sisi lain, terdapat juga pengguna pasif yang kurang terlibat dalam interaksi daring lantaran ia hanya akan menjelajahi isi halaman atau laman yang tersedia, tetapi tidak memberikan timbal balik ataupun berinteraksi dengan pengguna lain. Masyarakat kini cenderung mencari dan mendapatkan informasi tentang politik melalui media sosial. Dari data Wearesocial.com (2018), dari 265 juta penduduk Indonesia, terdapat 130 juta jiwa yang aktif menggunakan media sosial. Jumlah

tersebut meningkat 23% atau bertambah sebanyak 24 juta pengguna dibanding periode sebelumnya.

Cogburn dan Espinoza-Vasquez mengungkapkan bahwa media sosial semakin nyaman digunakan dalam usaha pencarian informasi dan menjadi ruang bebas para kandidat dalam melakukan manajemen citra politik. Kondisi tersebut menyatakan bahwa lingkup media sosial termasuk *front stage* atau panggung depan di mana setiap kandidat secara bebas mengunggah teks, foto, maupun video yang dianggap dapat meningkatkan dan atau mempertahankan citra. Seperti yang diungkapkan Stanyer (2008), Filimonov et.al. (2016), dan Simunjak (2017), bahwa media baru memberi ruang bagi politisi untuk menampilkan diri mereka tanpa perlu takut lagi ada filter yang dilakukan media berita. Kontrol yang dahulu ada di meja redaksi kini lenyap dan unggahan konten sepenuhnya ada di tangan kandidat. Mereka dapat dengan leluasa menerapkan manajemen citra politik, tanpa perlu mengandalkan para wartawan.

Apa yang terjadi kini adalah paparan yang dahulu mengalami filterisasi dan harus menyesuaikan dengan *agenda setting* media massa, kini akan dengan mudahnya sampai ke segmentasi yang dituju. Hal remeh temeh yang dianggap tidak memenuhi nilai berita atau menarik perhatian wartawan kini bisa dinikmati dan akhirnya diangkat menjadi sebuah kepentingan sendiri. Dari segi pengeluaran, pemilik berita (atau sosok yang ingin menjadikan dirinya berita) lebih hemat dari segi pengeluaran lantaran media sosial bisa digunakan secara cuma-cuma (Stanyer, 2008). Tidak memungkinkan bila seorang kandidat menemui ratusan juta penduduk Indonesia satu persatu. Kandidat mampu membangun koneksi dengan masyarakat yang tidak pernah mereka temui, hanya dengan mengatur informasi yang akan dibagikan, walau nyatanya pengelola akun juga oleh pihak administrasi. Media sosial menjadi ruang yang bebas untuk para kandidat melakukan manajemen citra politik. Kondisi demikian bisa diartikan bahwa media sosial termasuk *front stage* atau panggung depan, dan para politisi dapat dengan bebas menampilkan diri mereka tanpa takut adanya filter seperti di media berita. Pada akhirnya, manajemen citra politik melalui media sosial sangat bermanfaat menggantikan komunikasi tatap muka yang lebih luas dan bebas (Stanyer, 2008; Filimonov et.al., 2016; Simunjak, 2017).

METODOLOGI

Jenis Penelitian

Pembahasan ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan metode Analisis Wacana Kritis yang dilakukan secara eksplanatif. Analisis akan difokuskan pada setiap teks yang ada dalam beberapa kategori, antara lain teks, intertekstualitas, dan *discourse practice*. Adapun hal tersebut dipetakan lagi menjadi beberapa bagian seperti representasi, relasi dan identitas; aspek situasional, institusional dan sosial.

Pada September 2019, video ini diunggah pada media sosial Youtube tepatnya channel Presiden Joko Widodo dengan judul #JKWVLOG "Jalan Pagi Bareng Jan Ethes". Memiliki durasi 2 menit 48 detik, penulis memfokuskan pada seluruh tampilan audio dan visual tayangan yang sarat akan ideologi. Penulis memilih topik "manuver dan momentum politik" sebagai pembahasan utama bersanding dengan Komunikasi Politik lantaran ingin membongkar apa yang sedang dipertunjukkan oleh Jokowi, termasuk elemen pembentuk (produksi) dan penerimaan (konsumsi) teks.

Penelitian ini menggunakan paradigma kritis yang meletakkan dalam kesadaran bahwa teks atau wacana dalam media massa mempunyai pengaruh pada manusia dan selalu memuat kepentingan. Seluruh aktivitas dan pemaknaan simbolik dapat dilakukan dalam teks yang dipandang bukan realitas bebas nilai, melainkan selalu memihak. Dari sini disepakati bahwa teks dimanfaatkan demi memenangkan pertarungan ide, kepentingan atau ideologi tertentu kelas tertentu. Pada titik tertentu, teks media pada dirinya bersifat ideologis (Littlejohn dan Foss, 2011). Analisis teks (audio visual) diarahkan pada eksplanasi yang menggambarkan diskursus sebagai bagian praktik sosial dan menjelaskan determinasi diskursus terhadap struktur sosial serta efek reproduktifnya terhadap struktur tersebut, baik efek yang berkaitan dengan memaparkan atau mengubah struktur sosial (Setiawan, 2011).

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan dengan model Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough yang

mengutamakan keberadaan wacana sebagai bentuk tindakan yang menolak mengakui sebagai term individu, di mana ada pihak yang menggunakan bahasa sebagai tindakan pada dunia dan khususnya bentuk representasi ketika melihat sebuah realitas. Model ini juga mengutamakan hubungan timbal balik antara wacana dan struktur sosial yang terbagi ke dalam struktur sosial, kelas, dan relasi sosial, dan atau pendidikan, sistem, dan klasifikasi (Eriyanto, 2009).

Analisis Teks

Norman Fairclough mengatakan bahwa teks bukan hanya menampilkan bagaimana suatu objek digambarkan, melainkan bagaimana hubungan antarobjek tersebut didefinisikan. Pada tahap analisis teks (mikrolevel) terdapat analisis representasi dan artikulasi dari pemikiran, kepentingan, dan ideologi yang dilekatkan pada teks. Teks dianalisis secara linguistik, dengan melihat kosakata, semantik, leksikon, dan tata kalimat. Tidak berhenti di sana, teks juga dianalisis koherensi dan kohesivitas bagaimana antarkata atau kalimat digabung sehingga membentuk sebuah pengertian (Eriyanto, 2009). Semua elemen yang ada dianalisis demi melihat masalah, antara lain:

1. Ideasional: merujuk pada representasi tertentu yang ingin ditampilkan dalam teks, biasanya memiliki muatan ideologis.
2. Relasi: merujuk pada analisis bagaimana konstruksi hubungan di antara wartawan (pemilik atau produsen bahasa) dengan pembaca (audience atau konsumen teks). Bagaimana sebuah teks disajikan, formal atau informal; terbuka atau tertutup.
3. Identitas: merujuk pada konstruksi tertentu dari identitas wartawan (pemilik atau produsen bahasa) dengan pembaca (audience atau konsumen teks), serta bagaimana personal dan identitas hendak ditampilkan.

Praktik Diskursif

Dimensi ini memfokuskan pada produksi teks

dan konsumsi teks. Dalam paparan, teks berita diproduksi secara spesifik dengan rutinitas dan pola kerja yang telah terstruktur yang biasanya berbeda antara satu institusi dengan institusi lain. Pengarang teks akan mengambil wacana dan genre dengan memerhatikan bagaimana hubungan kekuasaan dimainkan. Konsumsi teks di sini diartikan berbeda manakala konteks sosial berbeda karena ada kecenderungan sebuah teks dikonsumsi secara personal ataupun kolektif. Tidak berhenti pada proses ini, distribusi teks juga tergantung pada pola dan jenis teks serta institusi yang melekat pada teks bersangkutan (Eriyanto, 2009).

Praksis Sosial

Dimensi ini berhubungan dengan konteks di luar teks, seperti memasukkan konteks situasi, lebih luas seperti praktik institusi dari media dalam hubungannya dengan masyarakat dan budaya ataupun politik tertentu. Pemahaman intertekstualitas menjadi signifikan di sini. Terdapat peristiwa sosial yang memperlihatkan bahwa teks bukan semata-mata ada, melainkan juga membentuk praksis sosial. Metode demi menganalisis hal ini dibagi ke dalam jenjang situasional, yaitu ketika teks berita dihasilkan kondisi tertentu jenjang institusional berupa pengaruh institusi organisasi terhadap produksi wacana (pengiklanan dan pemerintah); jenjang sosial, menganalisis bagaimana wacana muncul di media ditentukan oleh faktor perubahan masyarakat. Penting diingat bahwa fenomena yang diteliti bukanlah refleksi dari realitas dan bersifat independen, melainkan selalu berada pada hubungan dialektis yang berjalan aktif dan tidak terlepas dari praktik kekuasaan yang ada.

Demi menghindari bias individual penulis atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan, dilakukan triangulasi teori, yaitu salah satu dari teknik validitas dengan membandingkan hasil akhir rumusan informasi pembahasan dengan perspektif teori yang relevan. Hal ini dilakukan dengan menguraikan pola, hubungan, dan menyertakan penjelasan yang muncul dari analisis untuk mencari tema atau penjelasan pembanding sehingga dapat meningkatkan kedalaman pemahaman akan fenomena yang diteliti (Pujileksono, 2016).

PEMBAHASAN

Penulis menyoroti secara tajam mengenai salah satu video yang diunggah oleh Jokowi dalam vlog di Youtube miliknya. Berjalan bersama Jan Ethes merupakan hal yang biasa Jokowi lakukan dan jadikan konsumsi publik, yang menjadi berbeda adalah pengunggahan video tersebut dilakukan ketika sedang terjadi "kemelut" panas di Indonesia terkait undang-undang ataupun bencana alam. Critical Discourse Analysis (CDA) Norman Fairclough yang digunakan penulis fokus pada perubahan sosial dan sifat alami kontekstualisasi ideologi yang jika diperhatikan efeknya besar terhadap bentuk dan makna serta struktur wacana. Tiga struktur dalam pembedahannya, antara lain mikrostruktur (teks) yang di dalamnya analisis wacana mikrostruktur membahas representasi, hubungan, dan identitas; analisis wacana mesostruktur, yang erat dengan produksi, konsumsi, dan reproduksi teks kekuasaan yang tidak seimbang; dilanjutkan dengan analisis wacana makrostruktur (sosiolultural) yang melihat dari aspek situasional, kelembagaan, dan sosial (Eryanto, 2001).

Analisis Teks

1. Representasi

a. Representasi visual

Dalam #JKWVLOG ini, aktor utama yaitu Jokowi menggunakan baju putih dengan logo Wonderful Indonesia, diikuti oleh Jan Ethes yang juga menggunakan baju putih. Secara langsung dan tersurat, ketika melihat warna putih, yang akan terbersit dalam benak adalah makna suci dan tanpa noda. Dalam video ini, baju putih menyajikan pemaknaan, seperti citra kesucian, kebaikan, kesopanan, kesederhanaan, ketidakberdosaan dan sebagainya.

Bukan tanpa sebab Jokowi menggunakan pakaian demikian. Hal ini dikarenakan ia ingin menunjukkan kesucian dan ketulusan hati ketika bermain dengan cucunya, bukan dominasi dan menjadi terdepan, melainkan sejarah, bahkan dengan warna tembok di gedung yang ada di belakangnya. Jokowi memang Presiden tetapi ia juga orang biasa yang ingin merasakan hawa kebebasan bersama tanpa ada jeratan pengamanan di sekeliling. Bisa saja Jokowi menggunakan pakaian putih polos

tetapi yang ia pilih adalah kaos putih dengan logo Wonderful Indonesia di sisi kiri. Hal ini diyakinkan supaya terlihat oleh audiens. Warna yang tersaji juga bukan warna yang suram, melainkan warna terang menyala demi menunjukkan eksistensi dari tulisan dan *tagline* Negara Indonesia.

Terkait gambar yang ada di sekeliling, dalam waktu 2:48 menit, Jokowi mengajak audiens untuk merasakan mini tour di taman yang terletak di Istana Bogor. Nuansa hijau, bersih, dan sejuk membuat mata dimanjakan, seiring dengan senyum dan keceriaan dari wajah Jan Ethes. Hewan yang ada di sana pun juga terlihat segar, tidak stres, atau sakit). Hal ini dimaknai bahwa taman tersebut baik untuk kehidupan. Keberadaan Jan Ethes lekat dengan nuansa dan ruang bebas semakin ditekankan dengan pakaian putih yang ia gunakan. Warna putih dengan karakter kartun makin melanggengkan posisinya sebagai anak kecil yang bahagia. Wajah Jan Ethes bersanding dengan tingkahnya yang polos ketika memberikan makanan atau menghitung hewan menjadi daya tarik tersendiri.

Terdapat aktor pendukung yang muncul dalam vlog Jokowi dan Jan Ethes ini. Sosok Paspampres tertangkap di kamera mengikuti ketika Jokowi dan Jan Ethes sedang berada di depan taman. Pria tersebut menggunakan kaos warna merah. Pakaian yang dikenakan Paspampres ini apabila dihubungkan dengan pakaian yang digunakan Jokowi, maka diteliti oleh penulis sebagai sebuah perwujudan secara sengaja sebuah lambang warna bendera Negara Indonesia, yaitu merah putih. Penunjukkan pakaian yang digunakan Paspampres untuk memperlihatkan citra Jokowi yang cinta bangsa Indonesia dengan adanya corak warna bendera negara.

b. Representasi dalam anak kalimat

Aspek ini berhubungan dengan bagaimana seseorang, kelompok, peristiwa dan kegiatan ditampilkan dalam teks atau kalimat atau bahasa yang diucapkan oleh seseorang. Penggunaan bahasa dapat dilihat dari pilihan kosa kata dan tata bahasa yang digunakan (Eriyanto, 2001). Jokowi dan Jan Ethes dalam berbicara di vlog terlihat menggunakan bahasa Indonesia yang tidak selalu formal atau baku, seperti adanya kata-kata 'gede', 'enggak', 'ngomong', 'sini' dan 'nih'. Kata-kata itu juga digunakan untuk menunjukkan citra Jokowi

yang sama seperti rakyat biasa dalam berbicara, tidak selalu formal atau kaku sehingga membuat Jokowi dipandang bisa menempatkan diri dalam berkomunikasi. Kata-kata yang digunakan tersebut juga menunjukkan adanya bahasa campuran yang sudah biasa dilakukan oleh orang Indonesia dalam berbicara. Hal itu menunjukkan bahwa sampai ke bagian pemerintahan paling atas bahasa campuran itu tetap digunakan dan bukan merupakan suatu hal yang salah atau negatif untuk digunakan atau diucapkan.

c. Representasi dalam rangkaian antarkalimat

Aspek terakhir dalam hal representasi teks berhubungan dengan bagaimana dua kalimat atau lebih, disusun dan dirangkai. Hal ini juga berhubungan dengan bagian mana dalam kalimat yang lebih menonjol dibandingkan bagian yang lain, yang terpenting di sini adalah apakah partisipan dianggap mandiri atau ditampilkan memberikan reaksi terhadap teks berita. Teks di sini diasumsikan memiliki koherensi dan secara tidak langsung menegaskan ideologi pemilik bahasa (Eriyanto, 2001).

Dalam vlog ini, selain kegiatan berjalan-jalan dan berbincang, Jokowi juga pamer kemampuan sang cucu. Jokowi mengajak Jan Ethes berhitung bersama dengan Jokowi dengan frekuensi dilakukan sebanyak dua kali. Pertama adalah ketika Jokowi dan Jan Ethes sedang bermain bersama dengan rusa, Jan Ethes berhitung dari angka 1 sampai 10. Awalnya Jokowi mengajak Jan Ethes berhitung dengan bahasa Inggris yaitu kata one tetapi Jan Ethes melanjutkan dengan Bahasa Indonesia. Penggunaan bahasa Indonesia itu bisa menunjukkan Jan Ethes yang diajarkan sejak kecil berbicara dengan Bahasa Indonesia oleh orang tua dan juga oleh kakek nenek.

2. Relasi atau Hubungan

Dalam pemaparan di atas, yang dilihat sebagai teks adalah berita yang diproduksi oleh wartawan dalam media massa untuk kepentingan publiknya. Sementara dalam vlog yang dijadikan objek pembahasan, berbeda sama sekali. Di sini yang menjadi pembuatnya adalah Presiden Jokowi (tidak termasuk Jan Ethes karena Jan Ethes adalah pemeran pendukung, bukan produsen), dengan

khalayak media adalah pengikut ataupun masyarakat umum, tanpa ada partisipan publik di sana. Elemen hubungan atau relasi berkaitan dengan keberadaan Presiden Jokowi sebagai representasi dari sosok kakek yang sedang bermain dengan cucu di akhir pekan.

Sosok Jokowi adalah Presiden, representasi dari pemerintah, dan tidak dipungkiri sebagai sosok yang dipilih oleh rakyat yang berarti dipilih oleh dirinya sendiri ketika naik jabatan, yang ditekankan sekaligus menunjukkan sisi diri yang juga warga Indonesia, termasuk dirinya sebagai kepala keluarga. Relasi bukan menggambarkan bagaimana peristiwa dibungkus, melainkan menunjukkan bagaimana kekuasaan sosial direpresentasikan. Hal ini terbukti dengan bahasa yang digunakan oleh Jokowi. Dalam memaparkan teks dalam bentuk audio atau suara di vlog tersebut, ia tidak menggunakan bahasa yang resmi atau formal yang memosisikan dirinya sebagai sosok kepala negara. Relasi atau hubungan dekat yang berusaha ia tekankan adalah dirinya yang merupakan kakek pada umumnya, menggunakan kata dan bahasa nonformal.

3. Identitas

Senyuman merupakan salah satu tanda untuk menunjukkan kebahagiaan, kesenangan, dan ciri khas orang Indonesia yang ramah tamah. Jokowi dan Jan Ethes menyunggingkan senyuman, untuk menjelaskan bagaimana jalan pagi begitu menyenangkan, apalagi bersama dengan cucu ataupun kakek tersayang. Walaupun ada di tengah kekacauan yang sedang terjadi, namun Jokowi sebagai sosok Kepala Negara yang tenang dalam menghadapi sesuatu permasalahan. Hal tersebut menggambarkan identitas sebagian dari masyarakat Indonesia, tidak meledak-ledak ketika ditanyakan mengenai kasus yang merundung Indonesia. Sepertinya halnya gotong royong, sebagian orang Indonesia dikenal dengan sifat tolong menolong, dilihat dari vlog tersebut, ada sosok Paspampres yang menemani dalam perjalanan santai Jokowi dan Jan Ethes, yang siap siaga untuk menolong jika kesulitan, dan siap melindungi dari bahaya.

Analisis Wacana

Penyampaian teks dalam sajian audio visual memiliki keunikan dalam hal praktik diskursusnya yang rumit dan kompleks. Yang menjadi fokus di sini adalah bagaimana sebuah teks diproduksi oleh pihak produsen (dalam hal ini adalah Jokowi sebagai sosok Presiden, sekaligus Kakek dari Jan Ethes dan pemilih #JKWVLOG); bersamaan dengan melihat bagaimana teks dikonsumsi dari pihak khalayak.

Pemilihan kanal Youtube sebagai ajang menunjukkan keakraban juga merupakan pilihan Jokowi yang brilian. Media sosial sebagai media yang dimiliki umum tanpa perlu peralatan khusus sendiri terbukti kini mampu menjangkau lebih banyak peminat ketimbang penyampaian lewat televisi ataupun radio. Tidak bisa dipungkiri juga bagaimana dunia saat ini berpusat pada internet, di mana Youtube merupakan aplikasi yang paling banyak digunakan lantaran kemudahan dan sifat langsungnya.

Penyampaian melalui media massa konvensional memiliki beberapa kelemahan, yang utama adalah ketika penyampaian pesan tidak dapat sempurna atau sesuai dengan harapan dari produsen dikarenakan ada faktor selektivitas, baik dari dalam diri seorang wartawan, editor, produser, bahkan media massa yang menaungi. Berbeda dengan Youtube Jokowi yang memiliki *subscriber* mencapai 1,8 juta akun, maka video ini lebih efektif karena dipastikan minimal 1,8 juta akun tersebut mendapatkan informasi dari sumber primer (Jokowi dalam vlognya). Penulis melihat, bahwa vlog tersebut juga bisa dijadikan peralihan isu oleh Jokowi dan tim produksi untuk menurunkan tensi yang ada di masyarakat, mengenai berbagai masalah yang sudah terjadi, sehingga masyarakat akan teralihkan dengan munculnya Jan Ethes.

Faktor pemilihan Youtube sebagai sarana penyampaian pesan sudah dijabarkan di atas, namun dalam produksi teks, faktor personal seperti melihat latar belakang dan karakter juga tidak kalah penting. Tidak dipungkiri ada faktor nonverbal yang berperan di sana. Sebuah pesan sama yang disampaikan dengan cara berbeda pada akhirnya memiliki makna berbeda di telinga dan mata penerimanya. Politik santun menjadi poin lebih yang utama dari sosok Jokowi. Ia menerapkan gaya memimpin perusahaan yang begitu kalem dan apik dalam panggung politik. Pengalamannya sebagai pengusaha dan pemimpin daerah dengan warga

lebih sedikit juga menjadikan dirinya sebagai sosok yang tidak terlalu cepat dan reaktif menanggapi persoalan yang sedemikian genting. Langkah taktis Jokowi dalam menanggapi masalah Indonesia pada bulan-bulan tersebut adalah berhati-hati, bukan sembarang memilih kata dan akhirnya tersebar di media massa dan sukar ditarik kembali karena prinsip masyarakat yang mengutamakan kecepatan ketimbang ketepatan, hingga bertindak karena aksi yang baik kadang lebih mudah dilupakan ketimbang aksi yang buruk. Menjadi penting dan kelebihan dirinya adalah pengetahuan akan *timing* atau waktu paling tepat untuk (sekadar) menanggapi.

Pola rutinitas media menjadi salah satu perhatian dalam dimensi *discourse practice*. Vlog ini muncul sebagai “jawaban” terkait kritik-kritik yang muncul di video sebelumnya. Penulis melihat, bukan kesalahan yang tidak disengaja mengenai video Jan Ethes yang muncul lebih dahulu. Konsistensi citra politik Jokowi sebagai kepala negara dan kepala keluarga idaman lebih penting untuk disajikan, maka hal ini lebih dahulu untuk diangkat. “Atas nama konten”, mungkin ungkapan yang tepat menggambarkannya.

Lagi-lagi sosok Jokowi menunjukkan taringnya sebagai sosok yang penuh strategi. Memang salah langkah yang ia ambil, tetapi bukan sama sekali sia-sia. Ada faktor X di luar kemampuan sebagai seorang Presiden dalam memimpin negara dan mengambil keputusan yang akan dikenang selamanya oleh warga. Mengatasi bencana alam atau “bencana buatan” atau iklim politik yang menggemparkan memang sudah dilakukan oleh semua Presiden Indonesia sebelumnya, termasuk Presiden Jokowi. Tetapi hal itu akhirnya menjadi klise dan memang dianggap sebagai tugas semata. Berbeda dengan sosok Presiden yang mampu “memanjakan cucu”. Label ini menjadi keunikan yang menjadi identitas. Video kebakaran hutan yang diharapkan mampu memberikan pandangan baik masyarakat kepada Jokowi oleh sebagian orang justru menjadi bias makna lantaran “ketidaksukaan” yang sudah terlanjur nyata dan melekat karena adanya vlog Jokowi bersama Jan Ethes sebelumnya.

Analisis Sosiokultural

Keberadaan teks tidak dapat dilepaskan dari unsur ideologi kapitalistik yang menjadi penggerak masyarakat. Analisis dalam tingkat ini didasarkan pada asumsi bahwa konteks sosial yang ada di luar media memengaruhi bagaimana wacana muncul dalam media tersebut, walaupun tidak langsung berhubungan dengan produksi teks, tetapi menentukan bagaimana sebuah teks diproduksi dan dipahami. Sosiokultural menggambarkan bagaimana kekuatan yang ada di masyarakat memaknai dan menyebarkan ideologi dominan dalam masyarakat (Eriyanto, 2001).

1. Tingkat Situasional

#JKWVLOG mengukuhkan keberadaan Jokowi sebagai salah satu putera bangsa yang mengambil peran besar dalam pembangunan Indonesia dalam hal infrastruktur. Namun yang tidak bisa dipungkiri, ideologi patriarkal tetap melekat pada dirinya. Ketika ia menjadi kepala negara, ia bertindak dominan dan langsung terjun lapangan ketika masalah dalam titik panas. Sama halnya, ketika ia menjadi sosok kakek atau ayah (kepala keluarga di rumah). Ia tetap menunjukkan dominasinya sebagai sosok *one man show* yang bisa diandalkan, bahkan walaupun harus mengurus cucu sendiri. Jadi kepiawaian Presiden Jokowi bukan hanya dalam hal mengurus negara saja, melainkan juga dalam hal mengurus dan diandalkan keluarga.

Faktor situasional yang juga diperhatikan dari teks audio visual #JKWVLOG mengenai wajah Jokowi yang menunjukkan ketiadaan keraguan mengenai isu yang begitu menggemparkan Indonesia pada bulan tersebut. Dari mulai kebakaran hutan dan lahan, bersamaan dengan rencana perombakan UU KPK yang diasumsikan ingin melemahkan lembaga tersebut, berlanjut dengan demonstrasi mahasiswa yang seakan satu suara ingin membuat Presiden Jokowi lengser dari jabatan orang nomor satu.

Jokowi sedang memainkan sebuah *game*, di mana tanpa sadar masyarakat tersedot ke dalamnya. Keberadaan vlog pada hari tersebut adalah jawaban Jokowi mengenai keadaan yang sangat baik-baik saja tanpa perlu dikhawatirkan mengenai keadaan negara. Walaupun menunjukkan rasa “tidak sensitif”, tetapi terpengaruh atas nama konten, sehingga ia langsung menyajikan saja, tanpa memikirkan situasi sosial yang terjadi, dimana

masyarakat di sebagian provinsi di masyarakat sedang berduka dan keadaan negara sedang genting lantaran diterpa masalah dari dalam dan luar, dengan pola yang disengaja dan tidak disengaja

2. Tingkat Institusional

Level institusional melihat bagaimana pengaruh institusi organisasi dalam praktik produksi wacana. Institusi ini berasal dari dalam media itu sendiri (yang dalam hal ini adalah tim dari #JKWVLOG), bisa juga kekuatan eksternal yang menentukan proses produksi berita. Faktor yang memegang peranan penting atas hal ini adalah ekonomi media yang berpengaruh terhadap wacana. Hal yang disajikan media, baik itu media massa dan media sosial memiliki target tersendiri, yaitu:

- a. Menarik orang beriklan di media tersebut. Sosok Presiden memiliki vlog atau kanal Youtube memang bukan sebuah hal yang tabu ataupun mengagetkan di masa kini. Hal ini adalah bukti perambahan dunia sosial yang begitu massif dalam dunia serius dan penuh intrik seperti politik. Dalam hubungannya dengan #JKWVLOG, level institusional bagian pengiklan bisa dilupakan karena Jokowi tidak berorientasi untuk mendapatkan untung dalam hal materi, melainkan menjadi Duta atau Perwakilan pemerintahan yang arif, bijaksana, dan mampu menempatkan posisi diri, dimana ia sebagai seorang Presiden (Wakil Rakyat), dan dimana ia sebagai Warga Negara yang memiliki kehidupan pribadi, yang nota bene dalam hal ini tidak lagi memiliki ranah privat, melainkan selalu menjadi konsumsi publik.
- b. Menjadi perhatian dari khalayak (disajikan dalam data dalam bentuk oplah atau *rating*). Pengaruh institusi organisasi dalam praktik produksi wacana juga dipengaruhi oleh seberapa banyak peminat dari media massa tersebut. Dalam industri media massa elektronik konvensional, terdapat ukuran rating dan share sebagai tolak ukur keberhasilan sebuah acara. Secara mudah, ketika memiliki rating tinggi, berarti tayangan tersebut memiliki banyak peminat atau penonton atau pendengar; dengan demikian berujung pada pengiklan yang mau menaruh "modal" di sana.

Diungkapkan pada bagian atas bahwa Presiden Jokowi tidak membutuhkan iklan sebagai sarana mencari untung, melainkan kanal Youtube semata untuk menunjukkan eksistensinya sebagai kepala negara yang peduli dan mampu berjalan bersama generasi milenial serta semua golongan masyarakat. Dari data yang penulis ambil langsung dari Youtube per 27 Januari 2020, video Jokowi bersama Jan Ethes yang diunggah pada 21 September 2019 sudah dilihat sebanyak 398.003 kali, dengan lebih dari 23.000 likes dan 4.800 dislikes. Komentar positif, netral hingga negatif pun mencapai 3.571 comments. Jumlah yang banyak dalam sebuah vlog Youtube.

Khalayak tidak dipungkiri tetap mengambil peran dalam kanal tersebut. Hal ini ditunjukkan dengan Jokowi (dan tim) yang mengerti bahwa sosok Jan Ethes memiliki daya tarik tersendiri ketika ditayangkan di video tersebut. Tren memang tidak selalu sama, tetapi masyarakat membutuhkan sosok yang bisa memberikan hiburan secara alami, bukan dibuat-buat atau cenderung pada kasar dan tidak berkelas. Keberadaan sosok balita berdampingan dengan pemimpin negara akhirnya menjadi sebuah yang memanjakan mata.

- c. Persaingan antarmedia berdasarkan berita, adanya peristiwa sama yang diliput oleh banyak media, maka cara pesan tersebut diproduksi dipengaruhi kemauan media untuk unggul dibandingkan pesaing.
- d. Bentuk intervensi ekonomi, misalnya modal atau kepemilikan terhadap media tersebut yang menyebabkan dalam penyajiannya tidak sensitif karena diperlakukan oleh jaring-jaring kapitalisme.

Keberadaan manusia sebagai makhluk sosial tidak terlepas dari jeratan dan kaitan satu sama lain. Dalam bersinggungan di masyarakat, adanya modal yang menjadi kewajiban dimiliki sehingga dipandang atau memiliki posisi yang menjadi pembeda. Ideologi yang sering didengar terkait hal tersebut selama ini berkaitan erat dengan kapitalisme. Seringkali kita mengartikan bahwa posisi kapitalisme adalah dengan uang saja; sama halnya

dengan keberadaan modal yang dianggap sebagai penopang akan suatu usaha. Nyatanya, keberadaan posisi dan status sosial seseorang di masyarakat juga menjadi faktor penentu untuk dipandang. Ditelisik dari segi jumlah, memang sosok pemerintahan ataupun Presiden Jokowi memang sedikit atau disebut sebagai minoritas. Tetapi dalam hal ideologi yang mudah diterima dan menjadi kesadaran oleh masyarakat, Jokowi memegang peranan penting. Posisinya begitu dominan, sehingga memiliki kemampuan untuk "menyetir" masyarakat dengan ide dan keberadaan dirinya.

3. Tingkat Sosial

Norman Fairclough menegaskan bahwa sebuah wacana muncul karena perubahan dalam masyarakat, misalnya dalam hal budaya. Dalam tingkat situasional yang dilihat adalah level mikro, yaitu konteks saat peristiwa tersebut dibuat. Sementara dalam level sosial, yang menjadi fokus utama adalah aspek makro yaitu sistem politik, sistem ekonomi, atau sistem budaya masyarakat secara keseluruhan. Sistem ini yang menentukan siapa berkuasa serta nilai apa yang dominan di masyarakat, sampai akhirnya nilai dan pihak yang berkuasa tersebut dapat memengaruhi dan menentukan media.

Permainan politik para politisi tidak dipungkiri memerlukan kelihaian dalam membaca lapangan. Mencari celah adalah kemampuan yang tidak boleh dilewatkan. Gaya persuasi pun harus terus menyesuaikan dari zaman ke zaman. Trend zaman dahulu adalah mengutamakan keberadaan kampanye dalam bentuk foto yang dipasang di umbul-umbul atau bendera yang belakangan dianggap sebagai polusi mata lantaran fungsinya tidak lain akhirnya menjadi "sampah" ketika sudah tidak terpakai. Berlanjut dengan kandidat yang turun gunung menyapa para pecintanya dengan bersalaman dan berorasi. Tetapi kini, hal itu dianggap terlalu jadul lantaran penyerangan menjadi lebih mudah bila dilakukan langsung ke dunia pribadi individu dan media sosial menjadi jawabannya.

Jokowi dalam sajian di Youtube ingin menjaga citra politiknya. Bagaimana ia dipandang sebagai sosok yang bukan hanya mahir dalam berpolitik tetapi memanajemen waktu di tengah kesibukan, bermain bersama cucu adalah kegiatan "yang tidak ingin ia lewatkan. Rakyat sudah

sering jatuh cinta dengan sosok Presiden karena ketegasan, wibawa, suara yang menyihir atau berapi-api. Suatu hal yang unik ketika cinta rakyat kepada Presiden dikarenakan sosoknya yang "manusiawi", bukan semata karena pekerjaan tetapi kemampuan menempatkan diri menjadi bagian dari sebuah negara. Jokowi mampu melihat celah tersebut dan akhirnya memanfaatkan media sosial dengan maksimal sampai mengena ke benak masing-masing individu.

Sejak dahulu demokrasi ada, gerakan pemuda tidak bisa dibentung. Warga negara dari kalangan dan golongan manapun bisa dengan bebas menyatakan pendapat dan berekspresi, baik untuk hal pemerintahan, ataupun hal lain seperti ketimpangan yang dirasa di dalam kehidupan nyata. Pembedanya adalah aktor yang sedang memegang posisi serta peran atau permainan apa yang sedang ingin dibentuk, serta bagaimana komunikasi ingin berpartisipasi di dalamnya. Indonesia telah mengalami berbagai macam tipe kepemimpinan. Ada yang begitu bersemangat dalam menjaring masyarakat, ada yang otoriter, ada yang memiliki pemikiran visi unik, ataupun memiliki wibawa luar biasa. Kini, tiba-tiba Indonesia dihadapkan dengan keberadaan sosok Presiden Jokowi.

Video yang naik ke permukaan adalah wujud dari kemampuan Jokowi membaca budaya di masyarakat. Tanpa bermaksud menunjukkan adanya eksplorasi terhadap anak di bawah umur, tetapi tendensi bahwa adanya anak balita tidak bisa dipungkiri menjadi daya tarik sendiri. Lagi-lagi Jokowi menunjukkan kepakarannya dalam mengambil hati warga. Ia tidak hanya menggunakan media sosial sebagai sarana dekat dengan warga yang memiliki hak pilih atau relevan dengan aktivitas politik, tetapi ingin juga dikenal oleh warga yang masih jauh dari kegiatan politik.

Sosok Jokowi dalam beberapa hal bisa dianggap sebagai sosok yang penuh kontroversi, walaupun dalam arah yang positif. Hal ini turut ditunjukkan video yang diangkat memang memberikan kesan kurang baik di mana ia akhirnya dianggap sebagai sosok yang tidak memedulikan keberlangsungan dan keselamatan orang yang berada di daerah bencana, hingga dianggap acuh atas nasib Undang-Undang yang sedang diporak-porandakan para wakil rakyat. Sedemikian rupa vlog tersebut mendapatkan pandangan atau cercaan

dan caci maki, nyatanya tetap menjadi perhatian masyarakat dengan memberikan jempol ke atas (*likes*) lebih banyak ketimbang *dislikes*. Warganet pada akhirnya menjadi sosok yang membingungkan manakala lain di mulut, lain juga di perbuatan. Di satu sisi menghujat, tetapi di sisi lain memuja sosok yang sama.

KESIMPULAN

Dari pembahasan yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa keberadaan vlog dalam pembahasan ini bukan tanpa alasan. Pengunggahan video merupakan suatu cara dari Jokowi untuk menunjukkan eksistensinya di kalangan anak muda dan dapat diterima oleh semua umur. Walaupun terkesan menunjukkan ketidakpedulian dari seorang Kepala Negara ketika kondisi negeri carut marut dirundung masalah, atau sebagai “tukang pengalih isu”, vlog ini semata menunjukkan bahwa segala sesuatu baik-baik saja.

Ketika pucuk pimpinan berada dalam posisi panik, maka masyarakat juga akan merasakan hal yang sama. Berbeda halnya dengan pemimpin yang tenang, maka masyarakat pun akan lebih santai menghadapi masalah. Kanal Youtube Jokowi ini menjadi sarana yang begitu tepat dalam membagikan momen membahagiakan yang diasumsikan sebagai alat “penurun tensi masyarakat”, karena merupakan salah satu media yang paling banyak digunakan oleh masyarakat, sehingga pesan yang ingin disampaikan bisa langsung tersebar dan dapat dikonsumsi oleh siapa saja.

Ketiga pemilihan platform Youtube sebagai alat Jokowi untuk selalu bisa menampilkan citra dirinya bukan tanpa alasan. Jokowi yang selalu mengikuti perkembangan teknologi masa kini merasa pemilihan Youtube adalah pilihan yang tepat melihat dari sisi kemudahan pendistribusian dan kemudahan akses bagi masyarakat yang ingin menggunakan platform tersebut menjadi alasan Jokowi membuat kanal Youtubanya dan rajin mengunggah berbagai kegiatan di sana. Terlebih lagi saat ini Youtube Jokowi yang terbilang sukses dengan 1.8 juta subscribers membuat Jokowi dan tim semakin rajin menggunakan sebagai alat untuk selalu menunjukkan citra. Selain itu, penggunaan

akun Youtube Jokowi juga sering digunakan untuk menjawab berbagai macam kritikan atau pertanyaan mengenai hal-hal yang sedang terjadi di negara Indonesia kepada masyarakat.

Alasan lain pemilihan platform Youtube untuk digunakan Jokowi adalah setiap pembuatan adegan di Youtube tidak dibuat secara langsung, melainkan terjadinya proses pengambilan gambar yang sudah terstruktur dan terencana. Tentu keuntungan tersebut dimanfaatkan Jokowi untuk bisa lebih berhati-hati dalam membuat konten di Youtube dibandingkan dengan pernyataan di media yang tidak dapat direncanakan atau diubah-ubah sehingga hasil konten yang ada di kanal Youtube Jokowi adalah sebuah konten yang sudah terencana dan terstruktur. Masih adanya tanggapan negatif dari penonton menjadi hal lumrah karena tidak bisa menyampaikan satu pikiran yang sama ke banyak orang terutama masyarakat Indonesia yang banyak.

Selain itu, dalam vlog itu sendiri terdapat banyak pesan yang ingin disampaikan, yang berkaitan dengan ideologi dari Jokowi sebagai presiden dan sebagai kepala Negara. Seperti dari bahasa yang digunakan Jokowi saat bermain bersama cucunya Jan Ethes dengan memilih bahasa Indonesia dan menggunakan aksen Jawa yang kental. Hal tersebut menjadi pesan Jokowi untuk mencintai bahasa dan budaya negaranya sendiri dalam hal ini adalah negara Indonesia. Aktivitas berhitung yang dilakukan Jan Ethes, juga menjadi pesan yang ingin disampaikan Jokowi bahwa pendidikan menjadi hal penting bagi seorang anak untuk diajarkan sejak dini. Dan dari video tersebut, terlihat Jokowi yang ingin menunjukkan ke masyarakat meskipun sebagai orang tua memiliki kesibukan bekerja, tetapi harus memiliki waktu luang dengan anak agar perkembangan anak dapat dirasakan dan diperhatikan oleh orang tua.

Terkait pengunggahan yang dilakukan Jokowipun bukan hal yang tidak sengaja dilakukan karena setiap hal yang dilakukan pastilah menjadi hal yang dipikirkan tim lebih dulu. Pengunggahan vlog ini bisa dikatakan sebagai cara untuk menunjukkan bahwa segala permasalahan tidak harus dilakukan dengan terburu-buru, ada waktunya untuk rehat sejenak untuk memikirkan strategi penyelesaian masalah. Dalam pembahasan ini, penulis memberikan saran kepada pemilik vlog untuk lebih memerhatikan waktu tepat untuk

menaikkan sebuah video. Bukan semata hari saja, melainkan juga keadaan sosial yang benar sedang terjadi supaya tidak menimbulkan keributan dan menghasilkan komentar negatif dari masyarakat terhadap video yang diunggah. Evaluasi juga rasanya dibutuhkan oleh tim Jokowi demi menghasilkan konten yang lebih bermanfaat. Hal ini tidak ubahnya tanggung jawab dari seorang Kepala Negara yang menjadi representasi dan panutan dari banyak orang (dari dalam dan luar negara sendiri). Kritik yang muncul di kolom *comment* bukan semata angin lalu, melainkan harus lebih diperhatikan karena hal ini akan mengganggu citra yang sudah dibangun sejak awal oleh Jokowi dan tim. Waktu dan pergerakan menjadi inti saran yang bisa disampaikan kepada tim Jokowi. Keberadaan kanal Youtube dapat menjadi sarana menampilkan citra baik tetapi juga dapat menjadi boomerang manakala tidak dimanfaatkan dengan baik. Kanal ini bisa digunakan bukan sekedar menyajikan kegiatan harian, melainkan juga menjawab keresahan masyarakat akan polemik yang terjadi. Lebih jauh, hal ini juga menjadi alat pendingin utama yang digunakan pemerintahan Jokowi dalam mengatasi masalah-masalah yang timbul di negara Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Nyarwi. 2012. *Manajemen Komunikasi Politik dan Marketing Politik: Sejarah, Perspektif, dan Perkembangan Riset*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Zaman.
- Annas, Akhirul dan Rana, A. 2018. Media dan Kekerasan: Analisis Norman Fairclough Terhadap Pemberitaan Tarung Gladiator. *Jurnal Sospol* 4 (1), hlm. 37-54.
- Cangara, H. 2016. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Praktik Edisi 5*. Jakarta: Penerbit Rajawali Pers.
- Corner, J. dan Pels, D. 2003. "Introduction: the re-styling of politics". *Media and the Re-styling of Politics*, J. Corner dan D. Pels (eds), Sage, London, hlm 67-84.
- Dosi, E. 2012. *Media Massa dalam Jaring Kekuasaan*. Maumere: Penerbit Ledalero.
- Eriyanto. 2009. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: Penerbit LkiS.
- Fairclough, N. 1995. *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. New York: Longman Publishing.
- Haryatmoko. 2016. *Critical Discourse Analysis: Landasan Teori, Metodologi dan Penerapan*. Jakarta: Penerbit Rajawali Pers.
- Irawan, M. Alam Putra. 2018. *Diskursus Khilafah dalam Media Televisi Indonesia*. Surakarta.
- Krippendorff, K. 2013. *Content Analysis*. 3ed. Los Angeles: Sage.
- Littlejohn, Stephen W. dan Foss, Karen A. 2009. *Theories of Human Communication*. Terjemahan Mohammad Yusuf Hamdan. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Maghvira, Genta. 2017. Analisis Wacana Kritis Pada Pemberitaan Tempo.co Tentang Kematian Taruna STIP Jakarta, *Jurnal The Messenger* 9 (2), hlm. 121 – 130.
- Morrisan. 2014. *Teori Komunikasi: Individu hingga Massa*. Jakarta: Penerbit Kencana Prenada Media Group.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Penerbit PT Remaja Rosda Karya.
- Munfarida, E. 2014. Analisis Wacana Kritis dalam Perspektif Norman Fairclough. *Jurnal Komunikika*, 8 (1), 6-7.
- Prajarto, N. 2010. *Analisis Isi: Metode Penelitian Komunikasi*. Yogyakarta: FISIPOL UGM.
- Pujileksono, S. 2016. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Penerbit Kelompok Intrans Publishing.
- Setiawan, Yuliyanto Budi. 2011. Analisis Wacana Kritis Pemberitaan Kekerasan Berbasis Gender di Surat Kabar Harian Suara Merdeka. *Jurnal MAKNA* 2 (1), hlm. 13-20.
- Sobur, Alex. 2009. *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: Penerbit PT Remaja Rosda Karya.
- Cosmas Gatot Haryono, Djunaedi Setyawan. *Makna Di Balik Pesan Politik Kebangsaan (Analisis Wacana Kritis Fairclough Terhadap Pernyataan Sikap Presiden Joko Widodo Menanggapi Kerusuhan Rasial di Papua dan Papua Barat)*. <http://ejournal.unis.ac.id/index.php/DK/article/view/358> (diakses pada 1 Februari 2020, Pkl 12.14 WIB)
- Christie Stefani. CNN Indonesia. 2018. *Media Sosial*

- Jokowi, Antara Pencitraan dan Komunikasi Publik.* <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180323084239-32-285240/media-sosial-jokowi-antara-pencitraan-dan-komunikasi-publik> (diakses pada 2 Oktober 2019, Pkl 19.00 WIB)
- Fetty Diana. CNBC Indonesia. 2019. *Video Jokowi Main dengan Jan Ethes Diprotes Netizen, Ada Apa?* <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20190922113113-33-101251/video-jokowi-main-dengan-jan-ethes-diprotes-netizen-ada-apa> (diakses pada 2 Oktober 2019, Pkl 20.16 WIB)
- Haris Prabowo. Tirto.id. 2019. *Riset Media ICMI: Pembicaraan Media Sosial Jokowi Lebih Positif.* <https://tirto.id/riset-media-icmi-pembicaraan-media-sosial-jokowi-lebih-positif-dlFe> (diakses pada 2 Oktober 2019, Pkl 19.02 WIB)
- Muhammad Alan Putra Irawan. *Diskursus Khilafah dalam Media Televisi Indonesia (Studi Analisis Wacana Kritis Program Acara Aiman episode “Mendadak Khilafah” di KompasTV).* <http://eprints.ums.ac.id/61510/> (diakses pada 2 Februari 2020, Pkl 14.14 WIB)
- Presiden Joko Widodo. 2019. #JKWVLOG *Jalan Pagi Bareng Jan Ethes.* <https://www.youtube.com/watch?v=pR2Lo9mCgR4&t=17s> (diakses pada 20 September 2019, Pkl 12.14 WIB)