

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi pada era revolusi 4.0 berkembang sangat pesat. Era revolusi 4.0 menekankan pada sebuah pergeseran pola kehidupan meliputi berbagai aspek dengan membaurkan teknologi informasi (Wijoyo & dkk, 2019:19). Teknologi informasi dalam perkembangan revolusi 4.0 menggunakan sebuah koneksi internet yang terhubung dengan alat komunikasi seperti handphone yang nantinya akan terkoneksi dengan perangkat-perangkat lainnya yang juga menggunakan sambungan internet. Dengan hadirnya perkembangan teknologi, memudahkan manusia untuk menjangkau berbagai macam hal sehingga dapat digunakan hanya sebagai alat bersosialisasi, mencari informasi hingga melakukan kegiatan komunikasi politik.

Komunikasi menurut Carey dalam (Moerdijati, 2016:56) merupakan suatu rangkaian kegiatan yang terdiri dari mengirimkan pesan, menerima pesan, memahami isi pesan, serta membagikan makna dari pesan tersebut sehingga menimbulkan persamaan makna dari komunikator dengan komunikan. Sedangkan kata politik merupakan suatu proses yang berhubungan tentang suatu kegiatan untuk merumuskan serta menjalankan kebijakan-kebijakan negara sehingga tercapainya suatu tujuan untuk kebaikan bersama (Surbakti, 2010:2). Maka dari itu menurut Cangara dalam (Aritonang, 2018) komunikasi politik merupakan suatu proses penyampaian pesan politik dari pemerintah terhadap masyarakat atau dari masyarakat terhadap pemerintah, yang bertujuan untuk memberikan wawasan atau pola pikir, dan juga untuk mempersuasif tingkah laku serta sikap komunikan yang menjadi target politik.

Dengan hadirnya teknologi, membuat kegiatan komunikasi politik tidak hanya dilakukan secara tatap muka tetapi juga menggunakan berbagai macam media massa sebagai salah satu jenis saluran komunikasi politik untuk mempermudah dalam menyalurkan pesan-pesan yang disampaikan oleh pemerintah kepada publik (Pureklolon, 2016:12). Salah satu saluran komunikasi massa yang digunakan sebagai kegiatan berpolitik yaitu media sosial. Media sosial dianggap sebagai metode untuk melakukan kampanye yang murah dan memiliki dampak cukup besar. Penggunaan media sosial sebagai salah satu saluran komunikasi di era demokrasi ini banyak dilirik oleh para pemimpin politik guna menarik simpati masyarakat. Para aktor politik dapat mengunggah berbagai macam konten di halaman akun sosial media pribadi mereka.

Menurut Serikat Perusahaan Pers, khalayak surat kabar maupun khalayak media elektronik menurun secara drastis dikarenakan khalayak mulai beralih mencari berita di media sosial (Anshari, 2013) sehingga peranan media sosial digunakan sebagai alat kontrol sosial oleh para aktor politik. Alat kontrol sosial yang dimaksud berarti bahwa media sosial berfungsi sebagai alat transparansi kebijakan publik dan menciptakan semangat untuk bertanggung jawab terhadap tugas-tugas pemerintahan kepada publik agar terciptanya suatu birokrasi yang berkualitas sehingga dapat mengambil rasa kepercayaan masyarakat (Bungin, 2018:52). Peranan sosial media juga dirasa dapat membuat khalayak lebih dekat dengan tokoh politik secara personal. Maka dari itu penggunaan sosial media cukup digemari oleh banyak tokoh politik dalam mencari panggung politik.

Aktor politikus yang kerap menggunakan media sosial sebagai alat untuk berinteraksi dengan khalayaknya yaitu Barack Obama. Mantan Presiden Amerika Serikat itu sering menggunakan media sosial dalam melakukan kampanye politiknya sehingga membawa Barack Obama menduduki jabatan sebagai Presiden Amerika Serikat (Anshari, 2013). Selain Barack Obama,

Presiden Joko Widodo juga kerap menggunakan media sosial sebagai wadah untuk menarik simpati warga. Presiden Jokowi memiliki berbagai macam akun sosial media, mulai dari twitter, Instagram, dan Youtube. Media sosial yang dimiliki oleh Presiden Jokowi digunakan sebagai alat untuk mengkomunikasikan agenda kegiatan oleh Presiden Jokowi kepada khalayak.

Gambar 1.1

Unggahan Twitter Presiden Jokowi



Sumber : <https://twitter.com/jokowi>

Selain Presiden Jokowi dan Barack Obama, Menteri Risma juga kerap mengkomunikasikan gaya yang dimilikinya melalui media massa. Risma membagikan kegiatan-kegiatan dalam menjalankan tugas sebagai menteri di akun Youtube Kemensos RI.

Tri Rismaharini atau yang biasa dipanggil Risma sudah tidak asing lagi ditelinga kalangan Masyarakat Indonesia, Risma merupakan salah satu sosok wanita yang terjun dalam dunia politik. Dirinya berkiprah dalam dunia politik sudah cukup lama. Awal karier Risma di dunia politik

dimulai dari mendaftarkan dirinya sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) di Kepala Seksi Tata Ruang dan Tata Guna Tanah Badan Perencanaan Pembangunan Kota Surabaya (Haryanto & Iding, 2015:272). Ketekunannya dalam menata Surabaya sehingga menjadikan Kota Surabaya lebih bersih dan asri membawa dirinya sebagai walikota Surabaya yang dipilih secara langsung menggantikan walikota sebelumnya, Bambang Dwi Hartono. Risma dipercaya memimpin Kota Surabaya selama dua periode pada tahun 2010-2015 dan 2016-2020.

Dengan karakter tegas yang dimiliki Risma, pada masa kepemimpinannya sebagai Walikota, Kota Surabaya berhasil berturut-turut mendapatkan penghargaan baik dari dalam maupun luar negeri. Penghargaan yang telah dimiliki oleh Kota Surabaya selama Risma menjadi wali kota yaitu *“The President United Cities and Local GOovernment (UCLG) Asia Pasific (ASPAC), The President of Association otherways management & cousulting Paris-Franc Otherways Management Association Club (OMAC), Online populer city Guangzhou International award, indeks kota cerdas Indonesia (IKCI), Di tahun 2019 Women Emporwoment Award (WEA) Singapara, top 99 Sinovik”* (Tuti & Adawiyah, 2020)

Sebelum masa kerjanya berakhir sebagai walikota, Risma ditunjuk oleh Presiden sebagai menteri sosial menggantikan Juliari Batubara terkait dugaan korupsi bantuan sosial *covid-19*. Sebelum Eri Cahyadi selaku Walikota Surabaya mulai menjabat sejak 26 Februari 2021 menggantikan Risma memimpin Surabaya, Risma dipercaya untuk memegang dua jabatan sekaligus yaitu Walikota Surabaya dan Menteri Sosial Republik Indonesia. Risma mengaku sudah mendapatkan izin dari Presiden Joko Widodo untuk merangkap jabatan dikarenakan Risma ingin meresmikan museum olahraga dan jembatan Joyoboyo. Presiden Joko Widodo tetap memilih Risma untuk mengemban tanggung jawab sebagai Walikota Surabaya dan Menteri Sosial untuk

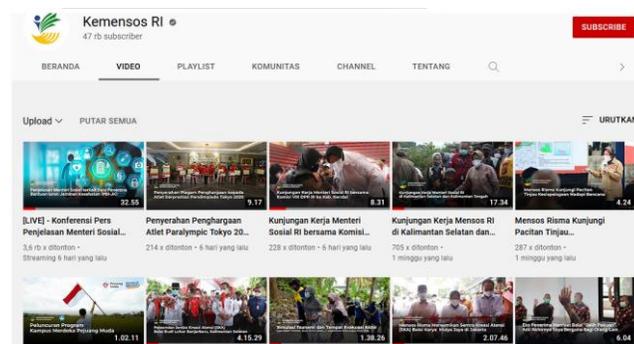
menggantikan Juliari Batubara karena dinilai memiliki kompetensi dalam bidang sosial melihat beberapa *track record* nya dalam memimpin Surabaya.

Setelah menjadi Menteri Sosial, Risma kerap membagikan gaya komunikasinya di *channel* Youtube Kemensos RI. *Channel* Youtube Kemensos RI merupakan akun resmi milik Kementerian Sosial yang dikelola oleh biro humas. #KemensosHadir merupakan slogan dari kementerian sosial yang kerap digunakan dalam beberapa video yang diupload oleh Kemensos. Hadir dalam hastag Kemensos merupakan suatu kependekan dari Humanis, Adaptif, Dedikatif, Inklusif, dan Responsif.

Akun Youtube ini sudah bergabung sejak 30 Juli 2012, tetapi fokus dalam penelitian ini kepada beberapa video yang diunggah mulai tanggal 23 Desember 2020 yang berjudul “*Serah Terima Jabatan Oleh Menteri Sosial*” di akun Youtube Kemensos RI karena Risma mulai menduduki jabatan sebagai Menteri Sosial. Video-video yang diunggah dari tanggal 23 Desember 2020 oleh Kemensos berisi mengenai kegiatan kunjungan Menteri Risma ke suatu daerah, penyaluran bantuan sosial, penyerahan piagam penghargaan dan konferensi pers yang dikemas secara formal.

Gambar 1.2

Potongan Akun Youtube Kementerian Sosial



Sumber : <https://www.Youtube.com/c/KemensosRI28/videos>

Salah satu video unggahan kemensos mengenai Risma yaitu pada saat serah terima jabatan. Dalam video yang berjudul *Serah Terima Jabatan Menteri Sosial RI* yang disiarkan secara langsung ditonton oleh 68.901 viewers. Tidak hanya prosesi serah terima jabatan saja yang ditampilkan dalam video tersebut, tetapi Risma juga memberikan pidato ditampilkan pada menit ke 18:15 – 40:38.

Gambar 1.3



Potongan Video Youtube Kementerian Sosial

Sumber : <https://youtu.be/EFf0Cli11PE>

Dalam video lainnya yang diunggah oleh Kemensos RI pada tanggal 20 Oktober 2021, Risma melakukan kunjungan kerja ke Lombok, Nusa Tenggara Barat. Pada kunjungannya ke Lombok, Perilaku Risma mendapatkan sorotan media karena di Lombok Risma sedang bercapak-cakap kepada kerumunan dengan suara tinggi. Tidak hanya nada yang meninggi, tak jarang Risma menggunakan gerakan-gerakan tubuh seperti menunjuk-nunjuk kerumunan tersebut. Dalam video tersebut tidak hanya menampilkan Risma sedang bercapak-cakap dengan kerumunan tetapi dalam video tersebut jugamenampilkan Risma sedang membagikan bantuan secara langsung kepada warga sekitar dan bercengkrama kepada salah satu ibu-ibu warga tersebut. Dalam penutupan

videonya Risma nampak sedang menghadiri pertemuan dan memberikan semangat kepada warga Lombok Timur.



Gambar 1.4

Potongan Video Youtube Kementerian Sosial

Sumber : <https://youtu.be/k11cYCeUyCI>

Dalam memperingati hari pahlawan, Risma berziarah ke makam Bung Karno dan makam Cut Nyak Dhien. Hal tersebut nampak pada dua unggahan Kemensos RI yang diupload pada tanggal 23 dan 24 Oktober 2021. Dalam video kunjungannya ke makam Bung Karno, Risma terekam sedang menunjuk interior halaman pada makam tersebut untuk diganti karena sudah usang. Tidak hanya itu, dirinya juga terlihat asyik membersihkan lingkungan sekitar makam. Hal itu ia lakukan untuk menunjukan kepada generasi muda bahwa jasa pahlawan sungguh besar terhadap kemerdekaan Indonesia.

Gambar 1.5

Potongan Video Youtube Kementerian Sosia

Sumber : <https://youtu.be/muhdLxJLF6k>

Dapat dilihat dari 65 video mengenai komunikasi politik Risma yang diunggah di akun Youtube kemensos sejak tanggal 23 Desember 2020 hingga 1 November 2021 hampir keseluruhan menyiarkan mengenai agenda kunjungan kerja Kemensos ke daerah-daerah. Hal ini berkaitan erat dengan citra politik yang dimiliki Mensos Risma.

Melalui fenomena diatas, peneliti tertarik untuk melihat bagaimana *channel* Youtube Kemensos RI sebagai saluran komunikasi politik dalam mengkonstruksi gaya komunikasi yang dimiliki oleh Risma sehingga menghasilkan sebuah pencitraan untuk mempengaruhi opini publik.

Aktor politik yang kerap kaitannya dalam pembentukan citra yaitu Presiden Joko Widodo. Presiden Jokowi sudah menerapkan pencitraan pada saat dirinya menjabat sebagai walikota Solo. Kesederhanaan pada saat melakukan kegiatan blusukan kerap ia terapkan, dan hal ini berhasil mengundang simpati warga. Kesederhanaan jokowi ditunjukkan dari cara berpakaianya dalam menghadiri acara-acara resmi kenegaraan. Kemeja kotak-kotak dipadukan celana kain dan juga sarung serta kaos oblong kerap digunakan oleh Jokowi. Pakaian sederhana itu yang ingin Presiden Jokowi lekatkan sebagai personal branding dari dirinya sehingga dirinya mampu mendapatkan citra sederhana dimata publik.



Citra bersifat personal artinya bahwa citra berbeda-beda pemahaman yang dimiliki oleh tiap publik (Hartiana et al., 2020). Dalam membangun sebuah citra memang membutuhkan sebuah konsistensi. Langkah awal dalam pembentukan citra yaitu aktor politik memilih personal branding apa yang ingin dikenakan dalam membangun citra publik, kemudian pemilihan saluran media juga sangat dibutuhkan sebagai media penyebarluasan branding, selanjutnya aktor politik menyiarkan pengkonstruksian personal branding melalui program kerja di media saluran komunikasi, setelah melakukan publikasi kepada publik, aktor politik dituntut untuk konsisten dalam melakukan gaya komunikasi yang sudah dibentuk di awal hingga dapat mempertahankan citra yang dimilikinya di mata publik (Bungin, 2018:127).

Hal tersebut juga diterapkan oleh Risma pada saat dirinya masih menjabat sebagai Walikota Kota Surabaya. Risma kerap melakukan penyidikan ke daerah-daerah untuk melihat kondisi sekitar, Risma juga bersikap tegas kepada orang-orang yang nakal, dan Risma rela pulang hanya meninggalkan nama demi penutupan lokasi Dolly di Surabaya (Sahab, 2017). Gaya komunikasi yang dimiliki oleh Risma berhasil mencuri perhatian khalayak dan dianggap sebagai ciri khas tersendiri yang dimiliki oleh Risma.

Gaya komunikasi yang menunjukkan bahwa Risma merupakan sosok peduli terhadap sesama dan kerap melakukan kegiatan blusukan ini masih dibawa hingga saat dirinya menjabat sebagai menteri sosial. Apakah komunikasi politik Risma yang dihadirkan oleh akun Youtube Kemensos RI hanya sebagai sebuah pencitraan demi menarik opini publik terhadap sosok Risma sehingga dirinya sukses membangun sebuah citra positif dimata khalayak agar banyak khalayak yang beropini bahwa Risma merupakan aktor politik yang dapat memimpin dengan baik dan pencitraan yang dilakukan oleh Risma dapat diterima dengan baik oleh khalayak? Atau memang Risma dengan tulus melakukan pekerjaan sebagai menteri sosial? Maka dari itu peneliti tertarik untuk

melihat komunikasi politik yang dimiliki oleh Tri Risma Harini. Penelitian ini berfokus pada bagaimana resepsi khalayak dalam menerima pesan mengenai fenomena komunikasi politik yang dilakukan oleh Risma di *channel* Youtube Kemensos RI yang nantinya akan peneliti golongkan kedalam tiga posisi menurut Stuart Hall.

Berbagai macam respon dari khalayak menunjukkan bahwa dengan adanya satu berita yang sama namun khalayak memiliki persepsinya berbeda-beda antara satu khalayak dengan khalayak lainnya berdasarkan *frame of refence and field of experience*. Peneliti juga dapat memahami bahwa media bersifat polisemik yang berarti karakteristik media bersifat ambigu dan bisa diinterpretasikan dengan berbagai macam cara (Pujarama & Yustisia, 2020:81). Maka dari itu, peneliti memilih metode analisis resepsi dengan pendekatan kualitatif sebagai metode dalam penelitian ini. Analisis ini berpusat kepada khalayak aktif isi dari media tersebut. Metode ini dipilih sebagai metode dalam penelitian ini karena khalayak dapat menilai tentang isi dari media tersebut berdasarkan *frame of refence and field of experience* dari khalayak.

Analisis resepsi menurut (Pujarama & Yustisia, 2020: 53) merupakan metode yang digunakan untuk meneliti audiens dalam mengkonstruksi pesan media. Analisis resepsi berbicara mengenai bagaimana khalayak menerima pesan, memaknai pesan, mempersepsikan pesan tersebut, menginterpretasikan pesan, kemudian membuat pernyataan dari pemaknaan pesan tersebut sehingga menghasilkan tiga kemungkinan menurut Stuart Hall dalam terdiri dari *Dominant position, Negotiated Position, dan Opposotional Position*.

Dominant position merupakan khalayak cenderung memahami makna konotasi dari media dan menyetujui informasi yang akan diterpakan kepada dirinya oleh si pengirim informasi. Kode dominant merupakan tipe ideal dari komunikasi yang transparan. *Negotiated Position* yaitu posisi dimana khalayak dapat men-*decoding*kan pesan hanya beberapa pesan yang diterpa pada dirinya.

Dengan kata lain, khalayak dapat menyetujui sebagian pesan dan tidak menyetujui sebagian pesan lainnya yang diterpakan pada dirinya. Dan yang terakhir adalah *Opposotional Position* yang berarti Informan secara kritis menolak penerpaan media kepada khalayak karena khalayak memiliki pemahaman makna yang berbeda dengan yang disampaikan oleh media.

Obyek dari penelitian ini yaitu resepsi khalayak terhadap komunikasi politik Tri Rismaharini dalam akun Youtube Kemensos RI Alasan pemilihan obyek penelitian karena peneliti ingin mengetahui pendapat informan dalam memaknai pesan yang disampaikan oleh *channel* Youtube Kemensos RI.

Sedangkan Subjek dari penelitian ini yaitu khalayak generasi milenial yang gemar terhadap berita politik, pekerjaan informan dan *channel* Youtube Kemensos RI. Generasi milenial atau merupakan golongan orang yang lahir pada tahun 1980-2000. Generasi milenial merupakan angkatan yang lahir dengan berbagai macam teknologi informasi sudah berkesinambungan dalam kehidupan (Madiistriyatno & Hadiwijaya, 2019:8). Generasi milenial kerap memakai email untuk mengirmkan pesan, Facebook, Instagram, twitter untuk bersosialisasi, dan Youtube sebagai wadah hiburan (Peramesti & Kusmana, 2018), maka dari itu generasi milenial dirasa cukup familiar dengan perkembangan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Alasan pemilihan subjek gemar terhadap berita politik karena dinilai mampu dalam membaca gaya komunikasi yang dimiliki oleh tiap tokoh politik baik kalimat nonverbal maupun kalimat verbal yang dikomunikasikan oleh tokoh politik. Alasan pemilihan pekerjaan informan dipilih peneliti karena dalam dunia kerja tanpa disadari juga terdapat suatu iklim politik, baik berpolitik antar atasan dengan bawahan maupun antar sesama jabatan.

Selain itu *channel* Youtube kemensos RI dipilih sebagai subjek penelitian karena *channel* Youtube Kemensos RI merupakan akun resmi yang digunakan oleh Kementerian Sosial dalam menyalurkan komunikasi politik yang dimiliki Risma.

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini bersifat wawancara mendalam (*in depth interview*) karena peneliti ingin mengetahui pendapat dari setiap informan lebih jauh dengan menggunakan inti pertanyaan yang sama. Peneliti berharap mendapatkan jawaban dari kriteria informan tersebut terkait bagaimana pandangan informan melihat komunikasi politik Risma yang ditampilkan oleh akun Youtube Kemensos RI

Berdasarkan fenomena yang ingin diteliti oleh peneliti, peneliti menemukan sejumlah penelitian yang memiliki fenomena serupa. Namun, terdapat beberapa perbedaan yang membedakan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang peneliti lakukan. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian penulis terdapat pada subjek dan obyek, serta metode yang digunakan.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana resepsi khalayak terhadap komunikasi politik Tri Rismaharini dalam *channel* Youtube Kemensos RI?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana resepsi khalayak terhadap komunikasi politik Tri Rismaharini dalam *channel* Youtube Kemensos RI

1.4 Batasan Masalah

Batasan Masalah terhadap rumusan masalah diatas terdapat pada khalayak generasi milenial yang gemar terhadap berita politik, pekerjaan informan dan *channel* Youtube Kemensos RI sebagai subyek penelitian dan resepsi khalayak terhadap komunikasi politik Risma dalam akun Youtube Kemensos RI sebagai obyek penelitian

1.5 Manfaat penelitian

A. Manfaat akademis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi penelitian dengan metode analisis resepsi bagi fakultas ilmu komunikasi.

B. Manfaat praktis

Dengan adanya penelitian ini dapat menambah ilmu peneliti untuk memahami berbagai macam fenomena yang berkaitan dengan ilmu komunikasi maupun non ilmu komunikasi sehingga membuat peneliti lebih peka terhadap lingkungan sekitar baik terhadap ilmu komunikasi maupun ilmu sosial lainnya.