

**OPINI MAHASISWA ILMU PEMERINTAHAN FAKULTAS ILMU
SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS RIAU TERHADAP CITRA
DIRI PRESIDEN JOKOWI DALAM VIDEO BLOG KAESANG**

Oleh: Aftania Herlina
Email: aftaniaherlina98@gmail.com
Pembimbing: Genny Gustina Sari, M.Si, M.I.Kom

Jurusan Ilmu Komunikasi – Konsentrasi Hubungan Masyarakat
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau
Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293
Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

Utilization of social media today is not only to merely interact, but a place for the public to express public opinion that is human interest. President Joko Widodo is now beginning to use his youtube channel as a media of his presentation, it becomes viral and invites the attention of the public so as to bring up various perceptions. These perceptions and attitudes will shape society opinion and behavior. How society's opinion depends on the role of media and interpersonal communication, as Elizabeth Noelle Neuman puts it in the spiral theory of silence. The purpose of this study is to find out Opinion of governmental students of the Faculty of Social and Political Sciences of the University of Riau on the self-image of President Jokowi in Kaesang's blog video.

This research uses quantitative descriptive research type, with survey method approach. Data collection techniques in this study using questionnaires. The total sample for this study of 89 respondents. Sampling using accidental sampling technique. To know opinion on self image, author used a simple linear regression analysis. For the processing of questionnaire, were performed using program Statistic Product And Service Solution (SPSS) Windows version 21.

The result of research about opinion of government science student of Faculty of Social and Political Sciences of Riau University to self image of President Jokowi in Kaesang blog video obtained value of regression coefficient in this research is $Y = 0,582 + 0,774 X$ with level significance 0,000 smaller than $\alpha = 0,05$. This means that the opinion of the government science students of the Faculty of Social and Political Sciences of Riau University on President Jokowi's self image in Kaesang's blog is 52.8% and is in the medium category. The percentage indicates that a negative self-image has been formed in the perspective of the students. Thus H_0 is rejected and H_a accepted.

Keywords: Video blog, public opinion, self-image

PENDAHULUAN

Pemanfaatan media sosial saat ini bukan hanya untuk semata-mata berinteraksi saja, tetapi menjadi tempat bagi masyarakat menyampaikan opini publik yang bersifat *human interest*. Berkembangnya *new media* juga makin memudahkan seseorang untuk dapat memberikan informasi secara luas dan memperoleh simpati dari masyarakat.

Selain artis dan politisi, presiden, gubernur dan bupati juga memerlukan pencitraan. Mereka ingin agar hasil- hasil karya yang telah dibuat selama menjabat bisa diekspos di media agar masyarakat tahu dan memberi dukungan kepada mereka. Dalam konteks pencitraan, adanya adegium yang mengatakan bahwa lebih baik berbuat sedikit tetapi diketahui banyak orang daripada berbuat banyak tapi tak ada yang mengetahuinya (Cangara, 2014: 179).

Presiden Joko Widodo baru-baru ini mulai sering muncul pada *new media audio visual*, pada channel *youtube* nya yang bernama Presiden Jokowi. Pemanfaatan *vlog* Kaesang ini selain memberikan informasi tentang keseharian Kaesang, tapi juga merupakan suatu sarana bagi Presiden memberikan informasi dan memperlihatkan citra (*image*) seorang Presiden kepada masyarakat, karena sebagai pemimpin negara, seorang Presiden harus memiliki citra yang baik di mata rakyatnya.

Presiden Joko Widodo sebagai pemimpin negara sekaligus komunikator politik harus berperilaku sebagaimana yang diharapkan oleh masyarakat. Banyak cara yang dapat dilakukan dalam menegakkan citra, salah satunya dengan berusaha mendapatkan opini positif dari publik

dan mencegah isu atau opini yang dapat merugikan. Proses pengelolaan citra akan mempengaruhi reputasi dari suatu individu maupun perusahaan. Dalam hal ini, rangsangan yang diberikan oleh Presiden Jokowi yaitu berupa tayangan *vlog* dapat mempengaruhi masyarakat. Persepsi dan sikap ini akan membentuk opini serta perilaku masyarakat. Bagaimana opini masyarakat tergantung pada peran media dan komunikasi interpersonal, sesuai yang dikemukakan oleh Noelle Neuman pada teori spiral keheningan.

Teori spiral keheningan (*Spiral of Silence*) dikemukakan oleh Elizabeth Noelle Neumann pada tahun 1984. Teori ini menjelaskan mengapa dan bagaimana orang sering merasa perlu untuk menyembunyikan pendapat, preferensi (pilihan) dan pandangannya, manakala mereka berada pada kelompok minoritas (Yasir, 2011:156). Spiral keheningan merupakan fenomena yang melibatkan jalur komunikasi media dan pribadi. Media mengumumkan opini masyarakat, menyatakan opini yang menonjol. Individu mengungkapkan opini mereka atau tidak bergantung pada sudut pandang yang dominan; media, dan selanjutnya, mengikuti opini yang diungkapkan, dan spiral tersebut berlanjut.

Media sendiri juga berkontribusi pada spiral keheningan. Ketika memberikan suara, individu biasanya menyatakan bahwa mereka merasa tidak berdaya di hadapan media. Ada dua jenis pengalaman yang menekankan perasaan tidak berdaya ini. Pertama, kesulitan dalam mendapatkan publisitas untuk sebuah sudut pandang. Kedua, dikorbankan oleh media dalam apa yang Noelle Neuman sebut dengan fungsi

penghukum (*pillory function*) dari media. Dalam setiap hal, individu merasa tidak berdaya melawan media, menjadikan media sebuah bagian penting dari spiral keheningan (Littlejohn, 2011:431-432).

Presiden Joko Widodo bergabung di *youtube* sejak 6 Mei 2015. Pada awalnya *channel youtube* ini berisi program kerja pada pemerintahan Presiden Jokowi, seperti kunjungan kerja, blusukan ke daerah-daerah, upacara peringatan hari penting, serta video- video pada saat Presiden Jokowi menyampaikan pidatonya. *Channel youtube* Jokowi ini memiliki 166.825 *subscribers* dan 5.330.941 kali penayangan video. Kemudian pada November 2016, Presiden Jokowi membuat *vlog* dengan nama #JKWVLOG. *Vlog* pertama yang diupload Jokowi adalah *vlog* tentang olahraga panah yang dilakukan bersama anaknya, yaitu Kaesang Pangarep. *Vlog* ini ditonton 521.639 kali dan pada *channel* Kaesang *vlog* yang sama ditonton sebanyak 516.356 kali.

Kaesang bergabung di *youtube* pada 12 Mei 2013 dan *vlog* pertamanya dibuat pada bulan Maret 2016. Kaesang memiliki 250.988 *subscribers* dengan 19.169.261 kali penayangan video. *Video blog* dengan Channel Kaesang ini diberi judul dengan awalan #Pilok. Video pertama hingga video keduanya hanya berisi tentang dirinya. Tetapi pada video ketiga, Presiden Jokowi juga muncul pada video tersebut.

Berdasarkan pengamatan penulis pada tanggal 15 Januari 2016 pukul 19.35, didalam video tersebut tampak Presiden Jokowi berinteraksi

dengan anaknya Kaesang layaknya hubungan orang tua dan anak, tetapi Presiden Jokowi menampilkan citra positifnya yaitu menyelipkan kata-kata yang mengedukasi dan menginspirasi. Mulai dari video tersebutlah kemudian Presiden Jokowi sering muncul dalam video blog Kaesang, dimana dalam video tersebut Presiden Jokowi sedang melakukan aktivitas kesehariannya selain menjadi Presiden Indonesia. Dan video blog tentang Presiden Jokowi ini mencapai 2,5 juta penonton pada setiap video yang diunggah.

Penonton video yang menampilkan Presiden Jokowi lebih banyak dibandingkan jika Kaesang menampilkan hanya kegiatan kesehariannya saja. Presiden Jokowi dalam *vlog* tersebut sangat berhati-hati menggunakan kata-katanya dan terlihat berusaha memberikan kesan yang baik kepada para viewers nya, ditambah lagi kegiatan-kegiatan yang beliau lakukan dengan masyarakat dan gaya khas nya yang sederhana. Hal tersebut menimbulkan pertanyaan di benak peneliti untuk apa citra positif tersebut dilakukan dan sejauhmana hubungannya dengan opini mahasiswa. Dengan melakukan penelitian ini, diharapkan peneliti dapat mengetahui sikap dan opini mahasiswa khususnya mahasiswa jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau terhadap citra diri Presiden Jokowi dalam video blog Kaesang. Dari semua penjelasan yang

telah peneliti paparkan sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul: “Opini Mahasiswa Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau Terhadap Citra Diri Presiden Jokowi Dalam Video Blog Kaesang”

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Spiral Keheningan (*Spiral of Silence*) Elizabeth Noelle Neumann

Teori Spiral Keheningan (*Spiral of Silence*) dikemukakan oleh Elizabeth Noelle Neumann pada tahun 1984. Teori ini menjelaskan mengapa dan bagaimana orang sering merasa perlu untuk menyembunyikan pendapat, preferensi (pilihan) dan pandangannya, manakala mereka berada pada kelompok minoritas. Teori ini termasuk kategori ilmiah atau deterministik. Teori ini mempercayai bahwa sudah menjadi nasib atau takdir kalau pendapat atau pandangan yang dominan bergantung kepada suara mayoritas dari kelompoknya. Opini kita mengenai peristiwa, orang dan topik berubah terus dalam kehidupan kita. Pendapat Anda mengenai berbagi topik yang beragam dimunculkan media massa tentu berubah terus seiring perjalanan waktu. Opini kita bukanlah sesuatu yang bersifat statis, ia sering berubah sejalan dengan waktu (Yasir, 2011:156)

Spiral keheningan merupakan fenomena yang melibatkan jalur komunikasi media dan pribadi. Media mengumumkan opini masyarakat, menyatakan opini yang menonjol. Individu mengungkapkan opini mereka atau tidak bergantung pada sudut pandang yang dominan; media,

dan selanjutnya, mengikuti opini yang diungkapkan, dan spiral tersebut berlanjut. Media sendiri juga berkontribusi pada spiral ketenangan. Ketika memberikan suara, individu biasanya menyatakan bahwa mereka merasa tidak berdaya di hadapan media. Ada dua jenis pengalaman yang menekankan perasaan tidak berdaya ini. Pertama, kesulitan dalam mendapatkan publisitas untuk sebuah sudut pandang. Kedua, dikorbankan oleh media dalam apa yang Noelle Neuman sebut dengan fungsi penghukum (*pillory function*) dari media. Dalam setiap hal, individu merasa tidak berdaya melawan media, menjadikan media sebuah bagian penting dari spiral ketenangan (Littlejohn, 2011:431-432).

Teori ini juga menyatakan bahwa orang yang memiliki sudut pandang minoritas mengenai isu-isu publik komunikasinya akan dibatasi, mereka yang mayoritas akan lebih terdorong membuka suara. Noelle Neumann menyatakan bahwa media akan berfokus lebih pandangan mayoritas dan meremehkan pandangan minoritas. Mereka tidak asertif dalam mengkomunikasikan opini mereka dan karenanya menyebabkan munculnya sebuah spiral komunikasi yang bergerak kebawah. Perbedaan pandangan mayoritas dan minoritas ini terlihat bahwa umumnya kelompok mayoritas memiliki kepercayaan diri menyuarakan pendapat mereka. Mereka akan menunjukkan sikap mereka dengan memasang atribut atau stiker dipakaian, kendaraan bahkan rumah mereka. Sementara pemegang pendapat minoritas biasanya sangat berhati-hati dan diam, yang memperkuat persepsi publik mengenai kelemahan mereka.

Berkaitan dengan ini, Noelle Neuman mendefinisikan opini publik sebagai sikap atau perilaku yang harus diekspresikan seseorang di depan publik jika ia tidak ingin menyebabkan dirinya terisolasi, dalam area-area kontroversi atau perubahan. Opini publik adalah sikap yang dapat diekspresikan tanpa harus memunculkan bahaya akan isolasi terhadap dirinya (West and Turner, 2008:122). Pada intinya, opini publik merujuk pada sentiment kolektif dari sebuah populasi terhadap subjek tertentu. Sering kali media menentukan subjek apa yang menarik bagi orang dan media sering membuat suatu subjek menjadi kontroversial. Di media massa kita sering memunculkan pemberitaan yang sering meluas setelah disorot oleh berbagai media lainnya juga.

Ada tiga asumsi dari Teori spiral keheningan Noelle Neuman (1993) telah membahas tiga pernyataan ini sebelumnya:

- “1. Masyarakat mengancam individu-individu yang menyimpang dengan adanya isolasi; rasa takut terhadap isolasi sangat berkuasa.
2. Rasa takut akan isolasi menyebabkan individu-individu untuk setiap saat mencoba iklim opini.
3. Perilaku publik dipengaruhi oleh penilaian akan opini publik” (Yasir, 2011:158).

Opini Publik

Istilah *Opini Publik* diserap secara utuh dari bahasa Inggris: *public opinion*, yang kemudian disesuaikan dengan kaidah bahasa Indonesia. Selain istilah Opini Publik, juga dikenal istilah *pendapat umum*

sebagai terjemahan dari *public opinion*, seperti yang digunakan oleh Astrid Susanto (1975) dan Anwar Arifin (1984 dan 2003). Seitel dalam Soleh Soemirat (2004:104) mengatakan bahwa Opini Publik terdiri dari dua komponen kata, yaitu publik dan opini.

Opini dapat dipahami sebagai pernyataan yang dikomunikasikan sebagai jawaban atas pernyataan atau permasalahan yang kontroversial. Pendapat itu harus dinyatakan, sehingga dapat dinilai atau ditanggapi oleh publik sehingga mengalami proses komunikasi. Pendapat yang belum dinyatakan, masih merupakan suatu proses dalam diri manusia, yang dapat disebut sebagai sikap. Dalam hal ini Irish dan Prothro dalam Effendy menyatakan bahwa pernyataan yang telah mengalami proses komunikasi disebut *opinion*, sedangkan bila perasaan ataupun pemikiran yang belum dinyatakan, maka masih merupakan sikap (*attitude*) (Soleh Soemirat, 2004:106).

Proses pembentukan opini dapat terlahir dengan cara pandang masyarakat mengenai suatu persoalan, dimana persoalan yang terjadi dilingkungan masyarakat yang sama. Opini terbentuk tergantung pada pengetahuan dan tingkat pendidikan masing-masing pihak (Ruslan, 2005:70).

Di dalam proses pembentukan opini terdapat faktor penentu yang dipengaruhi oleh :

- a. Latar belakang budaya, kebiasaan dan adat istiadat yang dianut seseorang/ masyarakat.
- b. Pengalaman masa lalu seseorang/ kelompok tertentu menjadi landasan atau pendapat atau pandangan.

c. Nilai-nilai yang dianut moral, etika dan keagamaan yang dianut atau nilai-nilai yang berlaku di masyarakat.

d. Berita- berita dan pendapat-pendapat yang berkembang yang kemudian mempunyai pengaruh terhadap pandangan seseorang.”

Bisa diartikan berita-berita yang dipublikasikan itu dapat sebagai pembentukan opini masyarakat. Dari faktor penentu tersebut dapat ditentukan bagaimana persepsi yang dirasakan oleh seseorang, sehingga menimbulkan sikap yang dipengaruhi oleh : (a) *Belief* (kepercayaan terhadap sesuatu), (b) *Attitude* (apa yang sebenarnya yang dirasakan seseorang), (c) *Perception* (persepsi) yaitu, proses pemberian makna pada sensasi sehingga manusia memperoleh pengetahuan yang baru. Melalui sikap terbentuk proses pembentukan opini, yang melahirkan opini perorangan, dimana opini perorangan adalah opini berdasarkan penafsiran individu atau setiap orang berbeda pandangannya terhadap suatu masalah. Sebelum mencapai opiniseluruh publik tentunya melalui konsensus/ kesepakatan, bahwa opini masing-masing individu dapat berkembang luas di masyarakat yang akan membentuk opini publik baik bersifat mendukung maupun menentang.

Opini publik sudah terbentuk jika pendapat yang semula dipertentangkan sudah tidak lagi dipersoalkan. Dalam hal ini tidak berarti bahwa opini publik merupakan hasil kesepakatan mutlak atau suara mayoritas setuju, karena kepada para anggota diskusi memang sama sekali tidak dimintakan pernyataan setuju. Opini publik terbentuk jika dalam diskusi tidak ada lagi yang menentang

pendapatakhir karena sudah berhasil diyakinkan atau mungkin karena argumentasi untuk menolak sudah habis.

Dalam bagan proses pembentukan opini digambarkan bagaimana persepsi seseorang yang dipengaruhi oleh latar belakang budaya, pengalaman-pengalaman masa lalu, nilai-nilai yang dianut dan berita yang sedang berkembang, pada akhirnya membentuk opini-opini. Proses inilah yang akan melahirkan suatu interpretasi atau pendirian seseorang, dan pada akhirnya akan membentuk suatu opini publik, apakah nantinya bersifat mendukung atau menentang. Kemudian timbul sikap yang dapat bersifat laten (*laten opinion*). Sikap tersebut dapat muncul dalam bentuk simbol, bahasa tubuh, verbal, mimik muka,ekspresi, serta makna dari suatu warna yang dipakainya dan lain sebagainya.

Citra

Frank Jefkins, dalam bukunya *Public Relations Technique* menyimpulkan bahwa secara umum, citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Dalam buku *Essential of Public Relation*, Jefkins menyebut bahwa citra adalah kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengertian seseorang tentang fakta-fakta atau kenyataan. Jallaludin Rakhmat dalam bukunya *Psikologi Komunikasi* menyebutkan bahwa citra adalah penggambaran tentang realitas dan tidak harus sesuai dengan realitas, citra adalah dunia menurut persepsi. Solomon dalam Rakhmat

mengemukakan sikap pada seseorang atau sesuatu bergantung pada citra kita tentang orang atau obyek tersebut (Soleh Soemirat, 2004: 114).

Citra memiliki empat fase. Baudrillard dalam Arifin (2011: 193) menyebut keempat fase itu, ialah: (1) representasi dimana citra merupakan cermin suatu realitas; (2) ideologi dimana citra menyembunyikan dan memberikan gambaran yang salah akan realitas; (3) citra menyembunyikan bahwa tidak ada realitas; dan (4) citra tidak memiliki sama sekali hubungan dengan realitas apapun. Citra politik dapat dipahami sebagai gambaran seseorang tentang politik (kekuasaan, kewenangan, otoritas, kerjasama, konflik, dan konsensus) yang memiliki makna, kendatipun tidak selamanya sesuai dengan realitas politik yang sebenarnya. Citra politik tersusun melalui persepsi yang bermakna tentang gejala politik dan kemudian menyatakan makna itu melalui kepercayaan, nilai dan pengharapan dalam bentuk pendapat pribadi yang selanjutnya dapat berkembang menjadi opini publik.

Proses pembentukan citra dalam struktur kognitif yang sesuai dengan pengertian sistem komunikasi dijelaskan oleh John S. Nimpoeno dalam laporan penelitian tentang tingkah laku konsumen, seperti yang dikutip Danasaputra *Public Relations* digambarkan sebagai input-output, proses intern dalam model ini adalah pembentukan citra, sedangkan input adalah stimulus yang diberikan dan output adalah tanggapan atau perilaku tertentu. Citra itu sendiri digambarkan melalui persepsi-kognisi-motivasi-sikap.

Proses pembentukan citra dan pengembangan model dari Nimpoeno menunjukkan bagaimana stimulus yang berasal dari luar organisasi akan mempengaruhi persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap yang akan menimbulkan suatu respon.

HIPOTESIS

Ho = Mahasiswa Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Riau beropini positif terhadap Citra Diri Presiden Jokowi Dalam Video Blog Kaesang.

Ha = Mahasiswa Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Riau beropini negatif terhadap Citra Diri Presiden Jokowi Dalam Video Blog Kaesang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode survei. Riset kuantitatif adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Dengan demikian tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisi. Periset lebih mementingkan aspek keluasaan data sehingga data dan hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi (Kriyantono, 2009: 55). Penelitian ini dilaksanakan selama enam bulan pada periode bulan Februari hingga bulan Juli 2017. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan uji validitas dan reliabilitas untuk mengukur keandalan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pada pemaparan sebelumnya menunjukkan bahwa penelitian ini memiliki signifikansi sebesar 0,000 itu artinya hasil tersebut lebih kecil dari $\alpha=0,05$. Dapat disimpulkan bahwa H_a diterima, dengan artian mahasiswa Ilmu Pemerintahan FISIP UR beropini negatif terhadap citra diri Presiden Jokowi dalam video blog Kaesang. Nilai R menunjukkan korelasi antara variabel *independent* dengan variabel *dependent* yakni bahwa nilai R sebesar 0,726 maka dari model summary diatas diketahui nilai R_{square} sebesar 0,528. Artinya adalah bahwa mahasiswa Ilmu Pemerintahan FISIP UR beropini negatif terhadap citra diri Presiden Jokowi dalam video blog Kaesang, dengan pengaruh sebesar 52,8 persen dengan interval koefisien 40%-59,9% yang dikategorikan berpengaruh sedang. Hal ini dikarenakan responden yang menjawab kurang setuju dan tidak setuju hampir berimbang.

Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti, maka dapat dipastikan bahwa mahasiswa Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau beropini negatif dengan tingkat sedang terhadap citra diri Presiden Jokowi dalam video blog Kaesang. Hal ini dibuktikan dengan akumulasi jawaban keseluruhan angket yang telah disebar dan diisi oleh 89 orang responden dan mendapatkan tingkat hubungan yang cukup besar yaitu 52,8 persen. Dari penjabaran hasil penelitian yang peneliti rangkum kedalam bentuk tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel *independent* yang terdiri dari latar belakang budaya, pengalaman masa lalu, nilai-

nilai yang dianut dan berita-berita yang berkembang memiliki hubungan terhadap variabel *dependent* yang meliputi persepsi, kognisi, motivasi dan sikap. Hasil dari penelitian ini menunjukkan persepsi yang kurang baik dengan kemunculan Presiden Jokowi di video blog serta responden tidak setuju bahwa video blog adalah sarana yang terbaik untuk memperoleh opini positif dari masyarakat. Hal ini adalah efek atau respon mahasiswa selaku responden tentang kemunculan Presiden Jokowi dalam video blog Kaesang.

Jika dilihat kembali tanggapan responden terhadap variabel *independent* dan variabel *dependent* maka pada indikator yang pertama dari variabel *independent* yaitu latar belakang budaya, dapat dilihat bahwa responden yang dalam hal ini adalah mahasiswa Ilmu Pemerintahan FISIP UR tidak setuju mengetahui bahwa Presiden Jokowi ada di dalam Vlog Kaesang dan mengetahui nya dari instagram. Hal ini dibuktikan dengan sebanyak 50,6 persen dan 51,7 persen yang menjawab tidak setuju pada kedua pernyataan tentang indikator latar belakang budaya.

Pada indikator kedua yaitu pengalaman masa lalu, yang terdiri dari pengalaman yang menyenangkan dan tidak menyenangkan. Pengalaman disini maksudnya merupakan sesuatu yang dialami, melalui pengalaman individu memiliki pengetahuan dan mendasari mereka untuk melakukan tindakan-tindakan tertentu. Berdasarkan hasil rangkuman kuisisioner dapat dilihat bahwa mahasiswa Ilmu Pemerintahan FISIP UR tidak setuju bahwa mereka senang dengan perilaku dan kata-kata Presiden Jokowi dalam video blog

Kaesang dan juga kurang setuju bahwa perilaku dan kata-kata Presiden Jokowi dalam video blog Kaesang ada yang tidak baik. Hal ini dibuktikan dengan sebanyak 47,2 persen menjawab tidak setuju dan 39,3 persen menjawab kurang setuju.

Selanjutnya indikator yang ketiga adalah nilai-nilai yang dianut. Jika melihat pada rangkuman jawaban responden terhadap indikator nilai-nilai yang dianut ini, maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswa tidak setuju bahwa penampilan Presiden Jokowi dalam video blog Kaesang sesuai dengan nilai-nilai yang dianut dalam masyarakat. Sedangkan indikator terakhir dari variabel bebas adalah berita atau pendapat yang berkembang. Berita atau pendapat yang berkembang berarti isu atau berita yang beredar, baik di media cetak, elektronik maupun online. Indikator berita-berita yang berkembang memiliki peran dan pengaruh yang kuat terhadap indikator sikap, maksudnya adalah apabila mahasiswa merasa video blog Kaesang yang menampilkan Presiden Jokowi itu menimbulkan isu-isu maka akan terbentuk persepsi di dalam diri mahasiswa itu.

Proses pembentukan opini publik awalnya bermula pada cara pandang masyarakat mengenai suatu persoalan yang terjadi di lingkungan yang sama, opini tersebut tergantung pada beberapa hal yaitu:

1. Latar belakang budaya, yaitu agama, adat istiadat, kebiasaan serta sistem pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat.
2. Pengalaman masa lalu, yaitu terdiri dari pengalaman yang

menyenangkan dan tidak menyenangkan.

3. Nilai-nilai yang dianut, yaitu terdiri dari etika, norma dan moral yang ada dalam masyarakat.
4. Berita-berita yang berkembang yaitu terdiri dari isu-isu dan berita-berita yang ditayangkan yang kemudian berpengaruh terhadap pandangan seseorang.

Dari faktor-faktor penentu diatas dapat ditemukan bagaimana persepsi mahasiswa terhadap citra diri Presiden Jokowi dalam video blog Kaesang. Pandangan-pandangan ini menggiring mereka kepada sikap-sikap tertentu yang dipengaruhi oleh :

- a. *Belief* (kepercayaan mereka terhadap sesuatu), yaitu kepercayaan mereka terhadap citra diri yang ditampilkan oleh Presiden Jokowi dalam video blog Kaesang.
- b. *Attitude* (apa yang sebenarnya dirasakan oleh seseorang), yaitu mengenai perasaan responden terhadap video blog Kaesang yang menampilkan citra diri Presiden Jokowi.
- c. *Perception* (persepsi) yaitu makna yang timbul akibat pengetahuan yang muncul tentang citra diri Presiden Jokowi dalam video blog Kaesang pada sensasi mahasiswa.

Melalui faktor-faktor ini terbentuk sikap pada proses pembentukan opini yang melahirkan opini perorangan atau disebut juga opini individu, dimana opini masing-masing dari mahasiswa adalah opini berdasarkan penafsiran masing-masing individu yang berbeda pandangan nya terhadap suatu masalah. Sebelum mencapai opini seluruh publik tentunya melalui konsensus atau kesepakatan, apakah

opini yang disepakati bersifat mendukung ataupun menentang. Setelah opini dari masing-masing individu dikumpulkan maka didapatkan dari hasil kuisioner bahwa opini publik yang didapat adalah opini yang bersifat menentang atau opini negatif.

Pada pengembangan model Nimpoeno ini menunjukkan bagaimana stimulus yang berasal dari luar akan berpengaruh kepada proses pembentukan citra. Melalui pengalaman yang responden rasakan, yang terdiri dari pengalaman yang menyenangkan dan tidak menyenangkan akan muncul persepsi, kognisi, motivasi dan sikap yang akan menimbulkan suatu respon. Respon dari penelitian yang dilakukan kepada 89 responden mahasiswa Ilmu Pemerintahan adalah citra yang dibentuk oleh Presiden Jokowi adalah tidak baik.

Hasil dari penelitian ini juga sesuai dengan teori yang ada pada bab dua yaitu Teori Spiral Keheningan (*spiral of silence theory*) yang dikemukakan oleh Elizabeth Noelle Neuman yang menjelaskan mengapa dan bagaimana orang sering merasa perlu untuk menyembunyikan pendapat, preferensi dan pandangan nya, manakala mereka berada pada kelompok minoritas (Yasir, 2008:121). Inti dari teori ini adalah bahwa kelompok mayoritas akan menang dengan pendapatnya dan kelompok minoritas akan diam. Itu berarti bahwa jika mahasiswa Ilmu Pemerintahan mayoritas tidak setuju dengan citra diri yang ditampilkan oleh Presiden Jokowi dalam video blog Kaesang, maka pendapat yang muncul dipermukaan adalah pernyataan atas ketidaksetujuan tersebut (opini negatif)

Pada penelitian ini juga dapat dilihat bahwa sampel dari penelitian ini tidak terlalu menyukai vlog Kesang, hal ini terlihat pada jawaban-jawaban yang diberikan responden pada tanggapan kuisioner, jawaban kurang setuju dan tidak setuju hampir berimbang. Penulis juga menyadari bahwa adanya indikasi sikap apatis responden terhadap penelitian ini, bahwa masyarakat yang diwakili oleh mahasiswa pada sampel penelitian ini tidak begitu peduli dengan pemerintahan dan kinerja Presiden Jokowi, hal ini terlihat bahwa adanya tanggapan responden yang saling bertentangan satu dengan yang lainnya. Tanggapan responden pada indikator pengalaman yang menyenangkan yang terdiri dari pengalaman yang menyenangkan, responden menjawab 47,2 persen kurang setuju bahwa responden senang dengan perilaku dan kata-kata Presiden Jokowi dalam video blog kaesang, sedangkan pada sub indikator selanjutnya yaitu pengalaman yang tidak menyenangkan, 39,3 persen responden kurang setuju bahwa responden merasa perilaku dan kata-kata Presiden Jokowi dalam video blog Kaesang ada yang tidak baik.

PENUTUP

Simpulan

Simpulan dari hasil penelitian yang diperoleh serta pembahasannya dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Nilai koefisien regresi pada penelitian ini adalah $Y = 0,582 + 0,774 X$, bilangan konstanta sebesar 0,582 dan koefisien variabel opini mahasiswa sebesar 0,774. Sementara itu t hitung 9,861 lebih besar jika dibandingkan

dengan t tabel sebesar 1,991, dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari $\alpha=0,05$. Berdasarkan perhitungan statistik yang diperoleh, maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu H_a bahwa Mahasiswa Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau beropini negatif terhadap citra diri Presiden Jokowi dalam video blog Kaesang. Maka artinya bahwa H_a diterima, H_o ditolak.

- b. Berdasarkan tabel “ Model Summary” memperlihatkan bahwa nilai $R=0,726$ dan koefisien determinasi (R_{square}) adalah sebesar 0,528 hasil dari pengkuadratan koefisien korelasi $0,726 \times 0,726$. Angka tersebut menunjukkan pengertian bahwa sumbangan pengaruh variabel opini mahasiswa Ilmu Pemerintahan terhadap citra diri Presiden Jokowi adalah sebesar 52,8 persen dengan kategori sedang. Sementara sisanya sebesar 47,2 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Artinya bahwa mahasiswa Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau beropini negatif terhadap citra diri Presiden Jokowi dalam video blog Kaesang. Dan besarnya hubungan dengan kategori sedang.
- c. Opini terbentuk melalui faktor-faktor penentu yang terdiri dari latar belakang budaya, pengalaman masa lalu, nilai-nilai yang dianut dan berita-berita yang berkembang, kemudian membentuk opini pribadi yang dipengaruhi oleh persepsi serta menimbulkan sikap, kemudian didapatkan kesepakatan bahwa opini mahasiswa Ilmu

Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau beropini negatif terhadap citra diri Presiden Jokowi dalam video blog Kaesang.

- d. Proses pembentukan citra terdiri dari input yang berupa stimulus. Kemudian pengalaman masa lalu akan mempengaruhi persepsi, kognisi, motivasi dan sikap dan akhirnya menghasilkan output yang berupa respon. Respon dari penelitian ini adalah opini negatif dari mahasiswa Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau terhadap citra diri Presiden Jokowi dalam video blog Kaesang.
- e. Adanya indikasi apatis dalam penelitian ini yang terlihat dari hasil tanggapan yang saling bertentangan.

Saran

Berikut adalah saran dari penulis berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh serta pembahasannya dalam penelitian ini:

1. Dengan diketahuinya bahwa terdapat hubungan opini mahasiswa Ilmu Pemerintahan FISIP UR terhadap citra diri Presiden Jokowi dalam video blog Kaesang dan memiliki pengaruh 52,8%. Maka saran bagi akun video blog Kaesang adalah supaya Kaesang tetap menayangkan vlog dengan Presiden Jokowi untuk episode selanjutnya.
2. Untuk mengembangkan Ilmu Komunikasi terkait pembentukan citra diri Presiden Jokowi, diharapkan bagi peneliti selanjutnya yang memiliki ketertarikan untuk meneliti objek yang sama, yaitu mengenai opini mahasiswa Ilmu Pemerintahan terhadap citra

diri Presiden Jokowi agar dapat melakukan penelitian di luar faktor yang telah disajikan dalam penelitian ini. Sehingga hasil dari penelitian nantinya akan melengkapi dan beragam.

ANALISIS REGRESI LINIER SEDERHANA

Berdasarkan tabel diatas terlihat hasil regresi linier sederhana, diperoleh nilai koefisien regresi pada penelitian ini adalah $Y = 0,582 + 0,774X$. Bilangan konstan (a) sebesar 0,582 dan koefisien variabel opini sebesar 0,774. Sementara itu t hitung 9,861 lebih besar jika dibandingkan dengan t tabel sebesar 1,991, dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary pada program SPSS memperlihatkan bahwa nilai $R = 0,726$ dan koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0,528 hasil dari pengkuadratan koefisien korelasi $0,726 \times 0,726$. Angka tersebut menunjukkan pengertian bahwa sumbangan pengaruh variabel opini mahasiswa Ilmu Pemerintahan terhadap citra diri Presiden Jokowi adalah sebesar 52,8 persen dengan kategori sedang. Sementara sisanya sebesar 47,2 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Arifin, Anwar. 2011. *Komunikasi Politik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

_____. 2008. *Opini Publik*. Jakarta: Gramata Publishing.

Azwar, Saifuddin. 2004. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.

Cangara, Hafied. 2014. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.

Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Kriyantono. Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Littlejohn, Stephen W dan Karen A.Foss. 2011. *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.

Mardalis, 2003, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Cet.VI, Jakarta: Bumi Aksara.

Margono, S. 1997. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta.

Marzuki. 2002. *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta.

Moleong, Lexy J. 2005. *Metode penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Mondry.2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nawawi, Hadari. 2001. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nazir, Moh. 1999. *Metode Penelitian*. Bandung : Ghalia Indonesia.
- Nimmo, Dan.2010. *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rasyid, Anuar. 2011. *Dasar-Dasar Public Relation*. Pekanbaru : Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau
- Ridwan.2010. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta.
- Rumanti. Maria Assumpta. 2004. *Dasar- dasar Public Relation: Teori dan Praktek*. Jakarta: Gramedia Widiasarana.
- Ruslan, Rosady. 2005. *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sastropetro, Santoso. 1990. *Pendapat Publik, Pendapat Umum, dan Pendapat Khalayak Dalam Komunikasi Sosial*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2004. *Dasar-Dasar Public Relation*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sudjana. 2005. *Metode Statstika*. Bandung: Tasito
- Sugiyono. 2002. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suhandang, Kustadi. 2004. *Public Relation Perusahaan: Kajian, Program dan Implementasi*. Bandung : Nuansa Cendekia
- Suharsimi, Arikunto. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Bina Aksara.
- Sukandarumidi. 2004. *Metodologi Penelitian Penunjuk Praktis Untuk Penelitian Pemula*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sukatendel, Arko K. 1990. *Public Relations Perusahaan (Diktat)*. Bandung: Fikom Unpad.
- Sunarjo, S Djoenasih. 1997. *Opini Publik*. Yogyakarta: Liberty Offset
- Uma Sekaran, 2006, *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4, Buku 2, Jakarta: Salemba Empat.
- West, Richard and Lynn H Turner. 2013. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Yasir. 2011. *Teori Komunikasi*. Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.

Skripsi:

- Danusaputra, Chairany Hanoum. 1995. *Kontribusi Kegiatan VIP Partyterhadap Citra Positif Tamu-tamu VIP pada Grand Hotel Preanger Bandung*. Bandung: Fikom Unpad
- Jap, Olivia.2014. *Taktik Self Presentation Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) Melalui Akun Twitter*

(@SBYudhoyono). Surabaya:
Universitas Kristen Petra
Surabaya.

Mellisa. 2013. *Pembentukan Opini Oublik Tentang Citra Polisi Terkait Berita Tindak Kekerasan Polisi di Harian Samarinda Pos (Studi Deskriptif pada Masyarakat Kelurahan Banda Samarinda)*. Samarinda: Fisip Universitas Mulawarman.

Nurrahmah. 2014. *Opini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universtas Hasanuddin Terhadap Citra Partai Demokrat Periode 2009-2014*. Makassar: Fisip Universitas Hasanuddin

Pudjiastuti, Wahyuni & Soraya Fadhal. 2012. *Opini mahasiswa Terhadap Citra Polisi Republik Indonesia (POLRI)*. Depok: Universitas Indonesia

Sumber lain:

https://id.wikipedia.org/wiki/Video_blogging, diakses pada 2 Februari 2017 pada 15.55

<https://www.youtube.com/watch?v=1DImRswyKR4>, diakses pada 2 Februari 2017 pada 19.38

http://www.kompasiana.com/wisnu_rahardjo/viral-video-promosi-dan-vlog-di-youtube-trend-terbaru-untuk-bersosialisasi_54f83ab3a33311275e8b4864, diakses pada 2 Februari 2017 pada 15:30)

<http://www.kongko.co/ruang-mimpi-mahasiswa-ilmu-pemerintahan/>, diakses pada 5 Mei 2017 pukul 22:05).