

INSTAGRAM DAN PEMBENTUKAN CITRA (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp)

Rama Kertamukti
Dosen Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga

ABSTRACT

See attitude abok in reality and being displayed in instagram strengthen the identity of human beings that could have been capricious hanging from the interaction with others, instagram used as the merger characteristic of personal and objectives to others through the show that made. With the concept of the theory of dramaturgy used in uncover abok is very right, role-play which a person does it will create the conditions the interaction that then give them the meaning of its own. In purport visual on instagram dramaturgis with the concept of, depends also purport with background social society that the handling, in the concept of visual called an image that was captured and perceived.

Keywords: Abok, Dramaturgi, Instagram, Visual

Latar Belakang

Kegiatan pencitraan pada tokoh politik haruslah tersusun secara terarah dan efektif. Media sosial sebagai media yang banyak dianut dan diikuti banyak orang menjadi media yang sangat signifikan dan potensial merubah opini masyarakat dalam berbagai hal. Kegiatan sosial atau kegiatan yang dapat menaikkan opini dibentuk untuk menambah citra seseorang. Media bisa menjadi sekutu kuat dalam mendapatkan pesan dan menyebarkan pesan, memahami peran media dan membangun hubungan yang kuat sebagai ujung tombak pen-

citraan. Media sosial sebagai media online dapat kapan pun diakses oleh masyarakat dapat membentuk sebuah opini tersendiri, bila media online tersebut mempunyai tujuan sebagai alat pencitraan bila strategi yang dilakukan sangat efektif maka personal karakter akan mudah terbangun. Persepsi masyarakat dibentuk untuk memahami personal karakter tersebut. Persepsi lahir dari adanya pengalaman masa lalu yang dipertajam oleh nilai-nilai budaya, nilai-nilai yang dianut, serta berita-berita yang berkembang (Nova, 2014: 145). Media sosial yang digunakan sebagai alat pembentukan citra seseorang menjadi stimuli untuk persepsi

berkembang. Interpretasi akan dilahirkan ditentukan dari stimuli berupa penggunaan media sebagai alat pencitraan dan persepsi dari masyarakat. Interpretasi inilah yang menghadirkan pendirian seseorang. Pendirian adalah apa yang sebenarnya dirasakan seseorang (*what the individual really feels*). Pendirian, sering disebut juga sebagai sikap, merupakan opini yang masih tersembunyi di dalam batin seseorang (*latent opinion*) (Nova, 2014 : 145).

Media sosial seperti Instagram membentuk visualisasi seseorang dengan segala aktivitasnya. Media seperti ini dapat membentuk dan membangun pendapat umum dengan cara visualisasi yang baik dan sesuai dengan pengharapan masyarakat. Pencitraan positif melalui media sangatlah penting, komunikasi dibangun dengan baik. Begitupula, Ahok atau Basuki Tjahya Purnama yang sekarang menggantikan Joko Widodo sebagai Gubernur Jakarta Periode 2014-2017, walau gubernur DKI ini pernah marah-marah dengan media ketika diwawancarai TVOne, sehingga disapa dengan Ahok penakluk media (Nova, 2014:114), beliau menggunakan instagram sebagai cara visual beliau menyapa rakyat ibukota dengan media sosial Instagram. Didasari dengan itu bagaimanakah citra yang divisualisasikan Ahok dalam instagram miliknya.

Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi untuk berbagi foto yang dapat dilihat oleh Followers dari pengunggah foto tersebut dan dapat saling memberikan komentar antara sesama. Nama Instagram sendiri berasal dari *insta* dan *gram*, "*insta*" yang berasal dari kata *instant* dan "*gram*" yang berasal dari *telegram*, dapat disimpulkan dari namanya yang berarti menginformasikan atau membagikan foto kepada orang lain dengan cepat. Salah satu yang unik dari Instagram adalah foto yang berbentuk persegi, ini terlihat seperti kamera Polaroid dan kodak Instamatic bukan seperti foto umumnya yang menggunakan rasio 4:3. Instagram dapat diartikan menampilkan dan menyampaikan

informasi berupa foto atau gambar secara cepat lewat aplikasi yang dapat diakses oleh orang lain. Tentunya, agar dapat menggunakan aplikasi Instagram, selain meng-*install* melalui *Play Store* milik Google atau *Apple Store*, sobat perlu terhubung terlebih dahulu dengan koneksi internet.

Selain itu aplikasi yang satu ini berbeda dengan aplikasi pengeditan foto lainnya yang terdapat pada internet kebanyakan. Banyak orang menggunakannya karena selain mudah menggunakannya terdapat banyak efek tambahan. Efek tersebut dapat memanipulasi wajah menjadi beda dari aslinya, meski demikian, ada dampak yang positif juga yang dimbulkan yaitu kita dapat merubah foto kita menjadi lebih bagus. Tambahannya kita bisa men-*share* foto instagram ke facebook ataupun twitter dengan satu langkah yang mudah. Kita juga bisa menjadi suatu *network* dengan semua teman yang ada di dalam instagram itu sendiri. Sebagai suatu aplikasi di media sosial instagram banyak memiliki manfaat dan kelebihannya, tetapi juga mempunyai suatu dampak yang buruk pula. Citra diri dapat terbentuk ketika kita mengunggah sebuah foto mengenai diri kita di halaman Instagram kita.

Instagram adalah bagian dari komunikasi visual yang dapat membangun citra seseorang. Citra merupakan hasil evaluasi dalam diri seseorang berdasarkan persepsi dan pemahaman terhadap gambaran yang telah diolah, diorganisasikan, dan disimpan dalam benak seseorang. Citra dapat diukur melalui pendapat, kesan atau respon seseorang dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti apa yang ada dalam pikiran setiap individu mengenai suatu objek, bagaimana mereka memahaminya dan apa yang mereka sukai atau yang tidak disukai dari objek tersebut. Suatu citra bisa sangat kaya makna atau sederhana saja. Citra dapat berjalan stabil dari waktu ke waktu atau sebaliknya bisa berubah dinamis, diperkaya oleh jutaan pengalaman dan berbagai jalan pikiran asosiatif. Setiap orang bisa melihat citra suatu objek berbeda-beda, tergantung pada

persepsi yang ada pada dirinya mengenai objek tersebut atau sebaliknya citra bisa diterima relatif sama pada setiap anggota masyarakat, ini yang biasa disebut opini publik.

Media Sosial sebagai Media Komunikasi

Persepsi masyarakat dapat dibentuk dengan media komunikasi dapat berbentuk media massa maupun online seperti halnya instagram sebagai media sosial. media dapat membentuk pendapat umum dengan cara pemberitaan yang sensasional dan berkesinambungan. Hasil dari pemberitaan adalah pencitraan yang positif, karena media memiliki fungsi dalam pembentukan opini publik seperti yang diutarakan Alexis S. Tan (dalam Nurudin, 2013: 65) adalah sebagai berikut:

1. Fungsi Memberi Informasi, mempelajari ancaman dan peluang, memahami lingkungan, menguji kenyataan, meraih keputusan.
2. Fungsi Mendidik, media memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang berguna memfungsikan dirinya secara efektif dalam masyarakatnya, mempelajari nilai, tingkah laku yang cocok agar diterima masyarakatnya..
3. Fungsi Mempersuasi, media memberi keputusan, mengadopsi nilai, tingkah laku dan aturan yang cocok agar diterima dalam masyarakatnya.
4. Fungsi Menyenangkan, Memuaskan Kebutuhan Komunikasi, Menggembirakan, mengendorkan urat syaraf, menghibur dan mengalihkan perhatian dari masalah yang dihadapi.

Sehingga bila dilihat media berperan besar dalam membentuk opini di tengah-tengah masyarakat, pembentukan citra sangatlah mudah dibentuk secara sistematis. Kehadiran media sosial digunakan sebagai media yang mempublikasikan konten profil, aktivitas, bahkan pendapat pengguna dan juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang

cyber (Nasrullah, 2014:37).

Citra dalam Visual

Dalam bukunya, Paul A. Argenti menyatakan citra adalah perusahaan di mata para konstituen. Sebuah organisasi dapat memiliki beberapa citra yang berbeda-beda dimata konstituen yang berbeda-beda pula (2010:60). Selain itu definisi lain tentang citra adalah sebuah cerminan dari identitas sebuah organisasi. Dengan kata lain, citra adalah organisasi sebagaimana terlihat dari sudut pandang konstituenya. Tergantung pada konstituen mana yang terlibat, sebuah organisasi dapat memiliki banyak citra yang berbeda. Dengan begitu, untuk mengerti identitas dan citra sama dengan mengetahui seperti apa organisasi itu sebenarnya dan kemana ia menuju (2010:78).

Citra dalam definisi yang lain juga dikemukakan oleh Elvinaro Ardianto (Ardianto, 2011: 62-68), yang menyebutkan citra adalah bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite atau suatu aktivitas.

Menurut Frank Jefkins dalam (Jefkins, 2004: 20-23) ada beberapa jenis citra yang dipelajari dalam kegiatan pencitraan:

a. Citra bayangan (*The Mirror Image*)

Citra bayangan adalah citra atau pandangan orang dalam perusahaan mengenai pandangan masyarakat terhadap organisasinya. Citra ini seringkali tidaklah tepat bahkan hanya sekedar ilusi sebagai akibat dari tidak memadainya informasi, pengetahuan, atau pemahaman yang dimiliki oleh kalangan dalam organisasi ini mengenai pendapat atau pandangan dari pihak luar.

b. Citra yang berlaku (*The Current Image*)

Kebalikan dari citra bayangan, citra yang berlaku adalah citra atau pandangan orang luar mengenai suatu organisasi. Namun sama halnya dengan citra

bayangan, citra yang terbentuk belum tentu sesuai dengan kenyataan. Biasanya citra ini cenderung negatif.

c. Citra yang diharapkan (*The Wish Image*)

Citra harapan adalah citra yang diinginkan oleh perusahaan. Citra ini juga tidak sama dengan citra sebenarnya. Biasanya citra yang diharapkan lebih baik daripada citra sesungguhnya.

d. Citra perusahaan (*Corporate Image*)

Citra perusahaan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan. Bukan hanya citra atas produk dan pelayanannya. Citra perusahaan terbentuk dari banyak hal seperti sejarah atau kinerja perusahaan, stabilitas keuangan, kualitas produk, dan lain-lain.

e. Citra majemuk (*The Multiple Image*)

Banyaknya jumlah pegawai (individu), cabang, atau perwakilan dari sebuah perusahaan atau organisasi dapat memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan citra organisasi atau perusahaan tersebut secara keseluruhan. Jumlah citra yang dimiliki suatu perusahaan boleh dikatakan sama banyaknya dengan banyaknya jumlah pegawai yang dimilikinya.

f. Citra yang baik dan buruk (*Good ang Bad Image*).

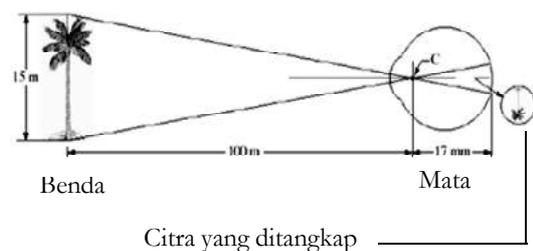
Seorang *public figure* dapat menyanggah reputasi baik atau buruk. Keduanya bersumber dari adanya citra-citra yang berlaku (*current image*) yang bersifat negatif atau positif. Citra yang ideal adalah kesan yang benar yakni sepenuhnya berdasarkan pengalaman, pengetahuan, serta pemahaman atas kenyataan yang sesungguhnya. Ini berarti citra tidak dapat “dipoles agar lebih indah dari warna aslinya” (karena hal itu justru dapat mengacaukannya).

Suatu citra yang lebih baik sebenarnya dapat dimunculkan kapan saja, termasuk di tengah terjadinya musibah atau sesuatu yang buruk.

Persepsi Visual

Persepsi Visual sendiri merupakan pengolahan citra oleh mata dan pengolahan lebih lanjut oleh otak ketika mereka berkomunikasi menggunakan bahasa visual. Persepsi visual dapat terjadi karena adanya sel-sel saraf yang terdapat pada mata dan otak yang disusun untuk merespon pola-pola tertentu dalam bentuk image pada retina mata. Sel yang sensitif terhadap cahaya dalam retina merupakan susunan lapisan sel saraf yang diterima mata kemudian dikirim ke otak. Terdapat 100 juta sel yang sensitif terhadap cahaya dalam retina yang meliputi lapisan sel saraf yang awalnya diterima mata kemudian dikirim ke otak. Sel pada *korteks* akan menerima input di daerah sekitar retina lalu beberapa input akan menjadi warna yang jelas di beberapa retina, misalnya warna putih meskipun yang lain hitam. Berikut merupakan proses penangkapan objek oleh mata:

Gambar 1. Proses penangkapan objek oleh mata dan mempersepsikannya



Dalam psikologi, persepsi visual dimengerti sebagai kemampuan untuk menterjemahkan apa yang dilihat oleh mata, yaitu jatuhnya cahaya masuk ke retina mata. Hasil dari persepsi tersebut dikenal dengan istilah: penglihatan (*eyesight/sight/vision*). Beragam komponen psikologis yang melibatkan penglihatan itulah yang secara keseluruhan disebut sebagai sistem visual.

Dramaturgi dalam Menilai Sosok

Penelitian mengenai Ahok ini menggunakan Dramaturgi sebagai pengungkap visual yang dihadirkan Ahok pada Instagramnya. Dramaturgi kental dengan pengaruh drama atau teater, memahami bahwa dalam interaksi antar manusia ada “kesepakatan” perilaku yang disetujui yang dapat mengantarkan kepada tujuan akhir dari maksud interaksi sosial tersebut. Bermain peran merupakan salah satu alat yang dapat mengacu kepada tercapainya kesepakatan tersebut. pertamakali memperkenalkan tentang dramaturgi, sebuah teori dasar tentang bagaimana individu tampil di dunia sosial. Dalam pandangan Goffman, diri bukanlah milik aktor tetapi lebih sebagai hasil interaksi dramatis antara aktor dan audien. Diri adalah pengaruh dramatis yang muncul dari suasana yang ditampilkan. Dramaturgi Goffman memperhatikan proses yang dapat mencegah gangguan atas penampilan diri. Meski sebagian besar bahasanya ditekankan pada interaksi dramaturgis ini, Goffman menunjukkan bahwa pelaksanaannya adalah sukses. Hasilnya adalah bahwa dalam keadaan biasa, diri yang serasi dengan pelakunya, penampilannya berasal dari pelaku (Poloma, 2010: 14).

Dalam teori Dramaturgi, manusia adalah aktor yang berusaha menggabungkan karakteristik personal dan tujuan kepada orang lain. Teori melihat manusia sebagai individu dan masyarakat (Goffman dalam Poloma, 2010:233). Dalam teori ini manusia berbeda dengan binatang karena mempunyai kemampuan berpikir, bisa mempelajari dan mengubah makna dan simbol, melakukan tindakan dan berinteraksi. Teori ini muncul dari ketegangan yang terjadi antara “I dan Me” (gagasan Mead). Ada kesenjangan antara dirikita dan diri kita yang tersosialisasi. Konsep “I” merujuk pada apa adanya dan konsep “me” merujuk pada diri orang lain (Wagiyo, 2004: 107). Ketegangan berasal dari perbedaan antara harapan orang terhadap apa yang mesti kita harapkan. Pendekatan dramaturgi adalah bukan apa yang orang lakukan, atau mereka melakukan tetapi

bagaimana mereka melakukannya. Kehidupan menurut teori dramaturgi adalah ibarat teater, interaksi sosial yang mirip pertunjukan drama, yang menampilkan peran. Dalam memainkan peran menggunakan bahasa verbal dan perilaku non verbal dan mengenakan atribut tertentu. kehidupan sosial dibagi menjadi wilayah depan” (*front region*) yang merujuk peristiwa sosial bahwa individu bergaya menampilkan perannya dan wilayah belakang (*back region*) yang merujuk tempat dan peristiwa yang memungkinkan mempersiapkan perannya di wilayah depan. Teori Dramaturgi adalah teori yang menjelaskan bahwa interaksi sosial dimaknai sama dengan pertunjukan teater atau drama di atas panggung. Manusia adalah aktor yang berusaha untuk menggabungkan karakteristik personal dan tujuan kepada orang lain, melalui pertunjukan dramanya sendiri (Widodo, 2010:167).

Visualisasi Ahok dalam Instagram

Banyak kegiatan Ahok dalam aktivitasnya ketika sebagai wakil gubernur dan setelah menjadi Gubernur menggantikan Jokowi. Ahok dalam Instagram ingin memperlihatkan bahwa semua orang dapat menciptakan “arti” dalam aktivitasnya. Semua orang tiap hari melakukan komunikasi baik berbicara langsung, maupun menggunakan media. Dalam proses komunikasi melibatkan produksi makna (*production of meaning*), melalui penggunaan kata, gambar, lambang, dan tindakan (Nova, 2014:92). Dengan dramaturgi kita akan dapat melihat dari sudut penerima pesan atau pengonsumsi makna (*consumtion of meaning*), ada makna yang ingin disampaikan dan makna itu diinginkan menjadi nilai bagi masyarakat yang melihat visual Ahok di Instagramnya.

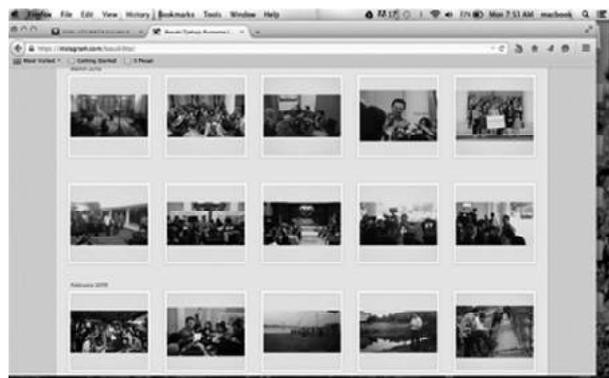
Dalam account Instagram @basukibtp, Basuki Tjahya Purnama yang sering disapa Ahok menghadirkan foto-foto sebagai bukti kegiatannya di Balai Gubernur maupun ketika memimpin rapat di kantor atau di luar kantor. Fungsi amplifikasi dibentuk dalam visualisasi di foto-foto dalam instagram, citra yang

Gambar 1. Instagram @basukibtp



diharapkan dibentuk. Visualisasi ini dianalisa menggunakan teori Dramaturgi menjelaskan bahwa identitas manusia adalah tidak stabil dan setiap identitas itu merupakan bagian kejiwaan psikologi yang mandiri. Identitas manusia bisa saja berubah-ubah tergantung interaksi dari orang lain. Disinilah Dramaturgi masuk, bagaimana kita menguasai interaksi tersebut. Dalam dramaturgi, interaksi sosial dimaknai sama dengan pertunjukan teater. Manusia adalah aktor yang berusaha untuk menggabungkan karakteristik personal dan tujuan kepada orang lain melalui pertunjukan dramanya sendiri. Dengan konsep teori dramaturgi dan permainan peran yang dilakukan oleh manusia, terciptalah suasana- suasana dan kondisi interaksi yang memberikan makna tersendiri. Munculnya pemaknaan ini sangat tergantung pada latar belakang sosial masyarakat itu sendiri. Dramaturgi dianggap masuk kedalam perspektif obyektif karena teori ini cenderung melihat manusia sebagai makhluk pasif. Meskipun pada awal ingin memasuki peran tertentu manusia memiliki kemampuan untuk subyektif atau kemampuan untuk memilih, namun pada saat menjalankan peran tersebut manusia berlaku obyektif, berlaku natural, mengikuti alur. Ahok sebagai individu yang meledak-ledak tergambarkan sebagai sosok yang ramah dan sangat bersahaja, dalam foto instagram Ahok berusaha untuk menggabungkan karakteristik personal dan tujuan kepada orang lain.

Gambar 2. Instagram layer 2 @basukibtp



Dalam gambar 2, diperlihatkan Ahok bersama-sama masyarakat, adanya interaksi antar manusia ada kesepakatan perilaku yang disetujui yang dapat mengantarkan kepada tujuan akhir dari maksud visual tersebut (Poloma, 2010: 234). Deretan visual di account ahok ingin bercerita dan menampilkan Ahok sebagai visual pemimpin bagi masyarakat, Goffman menerangkan bahwa individu dapat menyajikan suatu pertunjukkan (*show*) bagi orang lain, tetapi kesan si pelaku terhadap pertunjukkan ini bisa berbeda-beda. Masyarakat dapat melihat Ahok dalam proses interaksi keseharian dengan melihat tindakannya. Ada dua bidang penampilan yang perlu dibedakan dalam melihat sosok Ahok; yaitu dalam dramaturgi perlu dibedakan antara panggung depan (*front stage*) dengan panggung belakang (*back stage*). Panggung depan adalah bagian penampilan individu yang secara teratur berfungsi sebagai cara untuk tampil didepan umum sebagai sosok yang ideal. Sedangkan panggung belakang adalah bagian penampilan individu yang tidak sepenuhnya dapat dilihat, hal ini dapat memungkinkan bahwa tradisi dan karakter pelaku sangat berbeda dengan apa yang dipentaskan. (Poloma, 2010:235). Goffman membagi panggung depan (*front stage*) ini menjadi dua bagian yaitu, front pribadi (*personal front*) dan setting front pribadi. *Personal front* mencakup bahasa verbal dan bahasa tubuh pelaku. Misalnya, berbicara dengan sopan, pengucapan istilah-istilah asing, berbicara dengan intonasi tertentu, bentuk tubuh, ekspresi wajah, pakaian, dan sebagainya. Sedangkan *setting front* pribadi seperti

alat-alat yang dianggap sebagai perlengkapan yang dibawa pelaku ke dalam penampilannya (Supardan, 2007:158). Kegiatan ini termasuk penampilan dengan memberikan stimuli berupa simbol-simbol yang mencerminkan Ahok orang nomor satu di DKI.

Melihat sikap Ahok di kenyataan dan yang ditampilkan di Instagram menguatkan bahwa identitas manusia bisa saja berubah-ubah tergantung dari interaksi dengan orang lain, Instagram digunakan sebagai penggabungan karakteristik personal dan tujuan kepada orang lain melalui pertunjukkan yang dibuat dengan konsep dramaturgi dan permainan peran yang dilakukan seseorang akan tercipta suasana-suasana dan kondisi interaksi yang kemudian memberikan makna tersendiri. Sikap Ahok yang meledak-ledak di media massa khususnya di Televisi ditanggapi sangat positif oleh masyarakat, seperti dikutip dalam harian Merdeka 12 Maret 2015, Direktur opini Cyrus Network Hafizul Mizan menyatakan hasil survei menunjukkan citra Ahok di mata masyarakat cukup baik. "Hasil survei kita terkait citra Ahok di mata publik yang paling melekat adalah tegas dan berani sebesar 50,3 persen, arogan dan temperamen 17,5 persen sementara untuk etnis dan agama (China dan Kristen) 7,0 persen dan anti korupsi 3,1 persen." Dilihat dari kenyataan itu aspek visual dalam Instagram adalah menjadi peneguh citra Ahok sebagai panggung depan, karena memperlihatkan pakaian dan *gimmick* yang ada dalam visual foto tersebut.

Dalam pemaknaan visual di Instagram dengan konsep dramaturgis, tergantung juga dengan pemaknaan latar belakang sosial masyarakat yang memaknai, dalam konsep visual disebut citra yang ditangkap dan dipersepsikan. Dalam konsep ini pemaknaan sangat subjektif dalam mempersepsi karena dalam teori ini manusia dilihat sebagai makhluk pasif. Pada awal memasuki peran seseorang memiliki kemampuan untuk menjadi subjektif (kemampuan untuk memilih) tetapi pada saat menjalankan peran manusia berlaku objektif, natural dan meng-

ikuti alur. Pada kasus Ahok, ia menjalani rutinitas sebagai orang nomor satu DKI dan mengikuti alur sebagai kepala birokrasi di struktur pemerintahan Gubernur. Dan seringkali menemukan hal-hal yang keluar dari jalur kebijakan yang Ahok pimpin dan seringkali pula ia marah dan terekam meledak-ledak. Proses subjektif ini akan beralih menjadi objektif saat Ahok menjalani peran Gubernur yang ia jalani. Ahok mengerti segala tingkah lakunya seharusnya menjadi contoh bagi bawahan dan masyarakat yang beliau pimpin. Dramaturgis merupakan teori yang mempelajari proses dari perilaku dan bukan hasil dari perilaku. Objektivitas yang digunakan disini adalah karena institusi tempat dramaturgi berperan (Gubernur) adalah memang institusi yang terukur dan membutuhkan peran-peran yang sesuai dengan semangat institusi tersebut. Pada bukti yang nyata bahwa terjadi permainan peran yang dilakukan Ahok dengan menggunakan media Instagram dan dapat dilihat masyarakat. Ahok menciptakan sebuah mekanisme dimana permainan peran dapat Ahok ditampilkan dengan sosok tertentu yang dapat di persepsikan baik oleh masyarakat.

Kesepakatan Peran

Memahami bahwa dalam interaksi antar manusia ada "kesepakatan" perilaku yang disetujui yang dapat mengantarkan kepada tujuan akhir dari maksud interaksi sosial tersebut. Bermain peran merupakan salah satu alat yang dapat mengacu kepada tercapainya kesepakatan tersebut. Citra yang dibangun oleh Ahok sudah mendapatkan peran pada masyarakat, karena personal image Ahok sudah dibangun oleh media massa tinggal Ahok memolesnya di media sosial seperti Instagram. Dalam *personal brand* (Haroen, 2014: 73) bukan hanya menghadirkan personal image, tetapi yang lebih penting tokoh menghadirkan realita dan janji sebagai tokoh publik haruslah ditepati. Sebuah politik pencitraan yang tidak didukung dengan bukti dan realisasi, sama artinya dengan bunuh diri.

Tubuh seorang pemimpin dibangun oleh Ahok dalam foto-fotonya di Instagram, kepemimpinan terdiri atas atribut tertentu yang melekat pada diri pemimpin atau sifat personal yang membedakan dengan masyarakat ataupun pengikutnya. Stephen Zaccaro di dalam buku *Personal Branding* (Haroen, 2014: 86), menyimpulkan ada sejumlah sifat dominan yang dimiliki oleh seorang pemimpin, yaitu:

1. Cerdas, pemimpin cenderung memiliki kecerdasan dalam hal kemampuan berbicara, bernalar dan menafsir lebih kuat.
2. Percaya Diri, pemimpin cenderung memiliki keyakinan akan kompetensi keahlian yang dimiliki dan juga meliputi harga diri serta keyakinan diri
3. Jujur, pemimpin cenderung memiliki kualitas kejujuran dan dapat dipercaya. Kejujuran membuat seorang pemimpin dapat dipercaya dan layak untuk diberi kepercayaan oleh pengikutnya.
4. Determinatif, adalah hasrat menyelesaikan pekerjaan yang meliputi ciri seperti inisiatif, gigih, serta dapat mempengaruhi dan mengarahkan.
5. Interaktif, pemimpin cenderung memiliki sifat dapat menjalani hubungan yang menyenangkan dengan individu lainnya. Pemimpin yang menunjukkan sifat interaktif cenderung bersahabat, ramah, sopan, bijaksana dan diplomatik. Mereka sensitif terhadap kebutuhan orang lain dan menunjukkan perhatian atas kehidupan mereka.

Pemimpin seperti Ahok harus mempunyai karakter, ia harus mampu memadukan realitas emosi dengan apa yang mereka lihat sehingga menghasilkan pengaruh yang mendalam bagi pengikutnya dan menjadikan visi yang mampu membangkitkan inspirasi. Robert E. Kaplan (Haroen, 2014: 87), pemimpin berkarakter terbaik memiliki kecakapan yang dapat membangkitkan daya cipta orang lain dan

mengilhami mereka untuk bergerak ke arah yang dikehendaki, dalam kasus penampilan Ahok di Instagram itu sudah cukup membawa peran ke arah itu.

Gambar 2. Ahok dalam Inspeksi Mendadak di Instagram



Penampilan Ahok yang seperti itu menciptakan reputasi pemimpin yang tanggap dan mempunyai estetika yang baik. Penampilan yang selalu rapi memperlihatkan juga kepercayaan diri yang baik dan pemimpin yang berkredibilitas. Dalam foto yang tampak, pemimpin yang cerdas, mempunyai kepercayaan diri, jujur, determinatif terbukti pada gambar latar di belakangnya yang sedang menyidak lingkungan di DKI, dan interaktif selalu berkomunikasi dengan bawahan dan masyarakat dalam arti siap menerima informasi apa pun.

Grooming perlu dilakukan, *grooming* adalah tata cara menjaga penampilan supaya selalu menari, terjaga dan rapi. Menurut Goffman di awal, ada dua bidang penampilan yang perlu dibedakan: panggung depan (*front region*) dan panggung belakang (*back stage*). Panggung depan adalah bagian penampilan individu yang secara teratur berfungsi didalam mode yang umum dan tetap untuk mendefinisikan situasi bagi mereka yang menyaksikan penampilan itu. Di dalamnya termasuk *setting* dan *personal front*, yang selanjutnya dapat dibagi menjadi penampilan (*appearance*) dan gaya (*manner*). Dalam kaitannya dengan kehidupan dalam *online*, ketika seseorang sedang di instagram, maka seseorang perlu menjaga penampilannya dalam berinteraksi agar mereka kelihatan bagus saat

di *on line* dan tidak menyebabkan *flame* agar situasi kehidupan yang terdapat didalamnya dapat berjalan sesuai dengan apa yang diinginkan. Disamping panggung depan, terdapat juga daerah dibelakang layar. Pengidentifikasian daerah belakang ini tergantung pada penonton yang bersangkutan. Kegiatan di belakang panggung jarang dilakukan sendirian. Goffman menggunakan istilah *team* sebagai “Sejumlah individu yang bekerja sama mementaskan suatu *routine*”. Agar pertunjukkan berjalan sebagaimana yang diinginkan maka *team* akan melakukan tindakan-tindakan yang bersifat protektif yakni dengan membuat naskah. Baik si pelaku maupun para penonton yakin bahwa daerah belakang tersebut tidak mudah dimasuki. Demi kepentingan “*social establishment*” maka si pelaku harus bertindak sedemikian rupa sehingga pertunjukkan tersebut berjalan mulus. Perspektif dramaturgis melihat “*Self*” sebagai produk yang ditentukan oleh situasi sosial. (Poloma, 2004:234).

Dramaturgi menekankan dimensi ekspresif/impresif aktivitas manusia, yakni bahwa makna kegiatan manusia terdapat dalam cara mereka mengekspresikan diri dalam interaksi dengan orang lain yang juga ekspresif. Oleh karena perilaku manusia bersifat ekspresif inilah maka perilaku manusia bersifat dramatik. Pendekatan dramaturgis Goffman berintikan pandangan bahwa ketika manusia berinteraksi dengan sesamanya, ia ingin mengelola pesan yang ia harapkan tumbuh pada orang lain terhadapnya. Untuk itu, setiap orang melakukan pertunjukan bagi orang lain. Dilihat dari itu konsep dramaturgis Ahok, ia sedang di atas panggung metaforis yang sedang memainkan peran pemimpin yang baik. ■

Daftar Pustaka

Bungin, Burhan. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Prenada Media Group, Jakarta.

Goffman, Erving. 1959. *The Presentation of*

Self in Everyday Life. Doubleday Anchor, Garden City, New York.

- Haroen, Dewi. 2014. *Personal Branding: Kunci Kesuksesan Berkiprah di Dunia Politik*. Pt. Gramedia, Jakarta.
- Masri, Andry. 2010. *Strategi Visual*. Jelasutra, Yogyakarta.
- Nurudin. 2013. *Pengantar Komunikasi Massa*. PT Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Poloma, Margaret. 2010. *Sosiologi Kontemporer*. PT Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Saverin, Werner J. 2005. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan terapan di dalam Media Massa*. Ed. Kelima. Prenada Media, Jakarta.
- Soekanto, Soerjono, 2006. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Gramedia, Jakarta.
- Sumartini, Sri, 2010. *Anatomi dan Perkembangan Teori Sosial*, Aditya Media, Malang.
- Supardan, Dadang, 2007. *Pengantar Ilmu Sosial: Sebuah Kajian Pendekatan Struktural*, Jakarta.
- Widodo, Suko, 2010. *Anatomi dan Perkembangan Teori Sosial*. Aditya Media Publishing, Malang.
- Wignyosoebroto, Soetandiyo, 2008. *Teori-Teori Sosial*. Aditya Media Publishing, Malang.

