

EFEKTIVITAS KOMUNIKASI POLITIK PRESIDEN JOKO WIDODO DI MEDIA ONLINE MELALUI VLOG PADA TAHUN 2016-2018

Debby Diana Welty Sangari

Ketua Pimpinan Anak Cabang (PAC) PDI Perjuangan, Kebayoran Lama, dan
Alumni Sarjana Ilmu Politik Sekolah Tinggi Ilmu Pemerintahan Abdi Negara (STIP-AN)
email: debbysangari@ymail.com

Paper Accepted: 21 Juni 2020
Paper Reviewed: 22-29 Juni 2020
Paper Edited: 01-17 Juli 2020
Paper Approved: 28 Juli 2020

ABSTRAK

Penulisan ini menjelaskan mengenai efektivitas komunikasi politik melalui media sosial pada umumnya dan komunikasi politik Presiden Jokowi pada khususnya di media sosial melalui teknik rekam vlog. Efektivitas dalam komunikasi politik melalui media online memiliki efek yang baik bagi elektabilitas seorang Presiden dengan terbukti Presiden Jokowi mendapatkan kepercayaan yang kedua kali dari rakyat Indonesia untuk menjadi Presiden Republik Indonesia untuk yang kedua kalinya. Komunikasi melalui media sosial dari Presiden Jokowi telah menciptakan kedekatan secara emosional antara Presiden Jokowi dengan masyarakat.

Kata kunci: Vlog, Efektifitas Komunikasi, Pilkada DKI 2012, Pilpres 2019

PENDAHULUAN

Fenomena yang terjadi saat ini bahwa mayoritas masyarakat dunia yang hidup di zaman era globlisasi adalah masyarakat yang ketergantungan terhadap informasi berbasis internet (berbasis multimedia). Sehingga masyarakatnya sangat peka terhadap berita-berita berbasis teknologi atau yang lebih dikenal dengan media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Channel Youtube*, bahkan yang berbasis rekaman video seperti *Vlog* atau *live streaming* di *Facebook* dan *Instagram*.

Indonesia menjadi negara peringkat ke-IV dalam penggunaan media sosial, yang mana peringkat I hingga ke III di tempati oleh Amerika Serikat, Brazil dan India, (kominfo.go.id). Dengan peringkat termasuk dalam kategori 5 besar dunia, menjadikan Bangsa Indonesia terbuka dengan modernisasi. Media internet saat ini dijadikan sebagai media informasi untuk mengetahui berita di belahan penjuru dunia dengan sistem *real time* (secara langsung). Bahkan, informasi melalui dunia internet telah berhasil menggeser informasi konvensional seperti Koran atau Majalah dan media cetak lainnya, sehingga menjadi sajian

informasi yang utama dalam keperluan informasi secara cepat dan akurat.

Dalam setiap kesempatan banyak masyarakat mengisi waktu luangnya dengan berselancar di dunia maya (media online) utamanya media sosial dengan mencari informasi terbaru. Bahkan, informasi tercepat saat ini berasal dari media sosial dikarenakan sebelum disiarkan oleh stasiun TV atau media elektronik lainnya, dalam hitungan detik segala informasi dapat tersebar luas melalui media sosial seperti *live streaming* di *Facebook* atau pun *Vlog* atau dapat disebarluaskan melalui *channel youtube* ataupun *live streaming* di *facebook* atau *instagram*.

Media sosial akhirnya dianggap paling efektif dan efisien dalam penyampaian informasi ke masyarakat. Sebab media sosial tidak mengenal ruang dan batas waktu serta media sosial memiliki ruang yang sangat bebas dalam penggunaannya, sehingga dapat digunakan sebagai penyampaian informasi sebagai bentuk penyampaian pesan termasuk pesan-pesan politik yang disampaikan oleh para elit politik.

Elit politik juga menggunakan media sosial ini dalam menyampaikan informasi ke

masyarakat, bahkan ada istilah “*Media Darling*” yang mengartikan sosok elit politik yang berita tentang dirinya selalu *viral* di dunia maya, sehingga masyarakat merasa dekat dengan sosok elit politik tersebut, dan dapat mengikuti segala aktifitas sang elit politik.

Di Indonesia terjadi peningkatan yang besar-besaran terhadap penggunaan media sosial berbasis video yakni secara *real time* atau siaran langsung dengan waktu yang bersamaan di unggah di media sosial atau dengan sistem rekaman video yang dirangkum dalam satu *data base Youtube*, dan dapat dinikmati kapan saja oleh para pengguna media online. Bahkan, ada beberapa elit politik memiliki laman *chanel* di *youtube* khusus, yang mana *Chanel* tersebut berisi rekaman-rekaman video aktifitas keseharian atau video rekaman hasil kerja seperti di dalam kota hingga ke Pelosok.

Fenomena *vlog* sedang mendapat perhatian khusus oleh masyarakat milenial terutama masyarakat yang menjadikan dunia maya sebagai sarana mencari informasi. Dengan menggunakan teknik rekam video dan di unggah di media sosial diharapkan pesan yang disampaikan dapat diterima oleh rakyat Indonesia. Dapat dikatakan teknik *Vlog* merupakan strategi komunikasi yang dipilih oleh beberapa publik figur tak terkecuali para elit politik atau seorang Presiden Joko Widodo yang akrab dipanggil Jokowi.

Fenomena merekam aktivitas elit politik dan di unggah di media sosial secara langsung ataupun siaran tunda dan tersimpan di *Youtube* sudah dijadikan salah satu gaya komunikasi tiap-tiap elit politik, dalam hal ini Presiden Jokowi pun menggunakan kesempatan ini untuk lebih mendekatkan diri kepada Masyarakat. Sejak Mei 2016 bahwa Presiden Jokowi memiliki *Chanel Resmi Youtube*, seperti berita yang diakses dari berita yang terdapat di *kompas.com*. Bahwa, “Presiden Joko Widodo akhirnya punya akun resmi di situs berbagi video *YouTube*. Peluncuran akun itu sendiri dilakukan di Istana Bogor, Sabtu (28/5/2016) pagi ini. Menggunakan nama sapaan akrabnya, akun *YouTube* Presiden Joko Widodo dapat diakses melalui URL [http://youtube.com/c/Presiden Joko Widodo.](http://youtube.com/c/Presiden%20Joko%20Widodo)” Berdasarkan pantauan *KompasTekno*, akun tersebut sudah bisa diakses mulai pukul 09.00 WIB hari ini, (*kompas.com*). Nantinya, video yang akan diunggah ke akun resmi itu bakal diproduksi bersama antara Tim Komunikasi Presiden dengan Biro Pers serta Media dan Informasi Sekretariat Presiden. Sejak saat diaktifkannya akun resmi Presiden Jokowi di *Youtube*, disinilah berawal gaya komunikasi

politiknyanya hingga hari ini, hal mana ada beberapa link yang membantu *subscribe* atau pun *share to share*, hingga rekaman aktifitas Presiden Jokowi, dari aktifitas keseharian hingga program dan hasil kerja Presiden Jokowi.

Bahkan, saat Presiden Jokowi melakukan *Blusukan* rekaman-rekaman video itu menjadi bukti bahwa aktifitas yang dilakukan adalah riil dan sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada. Adapun Presiden Jokowi mengungkapkan alasan mengapa ia menggunakan sarana *vlog* sebagai pola komunikasi dari Presiden Jokowi. Di antaranya adalah agar terjalin kedekatan kepada masyarakat dan informasi yang disampaikan tepat, sehingga masyarakat di pelosok manapun selama dia memiliki alat komunikasi yang memadai, maka dia dapat menikmati tayangan-tayangan rekaman video *blogger* atau sering disebut *vlog*. Dalam komunikasi melalui *vlog* tersebut dianggap dapat mengurangi jarak antar pemimpin dan rakyatnya.

Presiden Jokowi menjelaskan alasan sering membuat *vlog* di media sosial. Menurut Presiden Jokowi, dengan *vlog* dirinya bisa berkomunikasi dengan masyarakat, khususnya generasi muda yang banyak menggunakan media sosial. Oleh sebab itu, sekarang ini dalam menyampaikan program pemerintah, saya juga menggunakan *video blog (vlog)* dalam berkomunikasi dengan anak-anak muda, saya juga melakukan tanya jawab untuk menanyakan masalah-masalah yang ada di lapangan kepada generasi muda kita, untuk kemudian saya jawab. (*Tribunnews.com*).

Presiden Jokowi belakangan ini memang aktif membuat *vlog* dan menayangkannya di *YouTube* dan *Facebook*. Dalam sejumlah *vlog* terbarunya. Presiden Jokowi sengaja melibatkan para generasi muda untuk dapat berpartisipasi aktif dalam pembangunan melalui cara mereka sendiri. Menurut Presiden Jokowi, cara berkomunikasi melalui media sosial amat penting untuk bisa menyampaikan apa yang telah dilakukan oleh pemerintah, maupun program apa yang telah diselesaikan dan sedang berjalan. “Cara-cara seperti itu yang akan bisa menjelaskan perkembangan setiap program, sehingga komunikasi kita dengan anak-anak muda dan rakyat selalu terhubung.” Jokowi juga menerangkan, *vlog* yang dibuatnya seringkali muncul dari spontanitas terhadap apa yang ia lihat di lapangan.

Presiden Jokowi mencontohkan proses pembuatan *vlog* di Waduk Sei Gong di Batam, Kepulauan Riau, yang diunggahnya pada 31 Maret 2017 lalu. “Spontan, kadang-kadang *kan* kita ke lapangan. Misalnya waktu ke waduk Sei

Gong, kok pekerjanya banyak sekali? Saya tanya dari mana asal mereka. Ada yang dari Medan, Tanjung Pinang, Balikpapan, Makassar, NTT, macam-macam. Langsung spontan saat itu saya buat vlog-nya,” ungkap Presiden Joko Widodo,” (Tribunnews.com).

Sikap kesederhanaan dan tipe kepemimpinan yang dimiliki oleh Presiden Jokowi bertujuan ingin menghilangkan jarak antara pemimpin dengan rakyatnya, dan sekaligus merupakan salah satu alasan Presiden Jokowi dalam menyampaikan proses perkembangan pembangunan. Hal ini dikarenakan Presiden Jokowi sangat menyadari saat dirinya terpilih sebagai Presiden RI ke-7, pada tahun 2014 lalu, bahwa Presiden Jokowi menyadari bahwa Rakyat Indonesia mendambakan seorang pemimpin yang dekat dengan rakyat, hal itu sudah dilakukannya mulai dengan aktivitas blusukan Presiden Jokowi, blusukan itu sudah dimulai dari dirinya menjadi Walikota Solo, serta hal ini terus dilakukan juga oleh Jokowi saat dirinya resmi menjadi Presiden RI ke 7.

Dengan Program Kerja dan Kabinet Gotong Royong inilah Presiden Jokowi ingin menjadikan rakyat sebagai penilai dari program kerja Presiden Jokowi hingga ke pelosok pedalaman, tanpa harus rakyat tersebut hadir di Lokasi pembangunan tersebut, dengan memanfaatkan kecanggihan dunia maya ini, maka dilakukannya dengan cara melakukan rekaman video kegiatan, yang disiarkan secara langsung ataupun berupa rekaman channel di youtube. Dan, harus kita akui bahwa media internet adalah cara yang efektif dalam berkomunikasi langsung dengan pemilih atau konstituen, sebab telah diakui bahwa komunikasi yang dilakukan melalui media internet untuk saat ini adalah salah satu cara yang paling efektif dan cepat dalam menyampaikan informasi. Semakin meningkatnya penggunaan media internet memang bukan tanpa resiko, dalam hal ini internet pun dapat digunakan secara negatif, yang mana terdapat fasilitas editing atau menambah atau mengurangi informasi asli yang bertujuan kepentingan salah satu pihak. Misalnya, kejadian Pilkada DKI 2017 lalu, salah satu contoh bahwa kekuatan media sosial dapat menjadi opini yang disebabkan editing rekaman video digunakan secara negatif, resiko seperti inilah yang harus dapat diantisipasi.

Permasalahan Penelitian

Berdasarkan permasalahan ini mengerucut terhadap pertanyaan penelitian yang hadir yakni: Bagaimana Efektifitas Komunikasi

Politik Presiden JokoWidodo di media online melalui teknik *Vlog*? Apa faktor Penghambat dan Pendukung dalam Komunikasi Politik Presiden Joko Widodo melalui media *Vlog*?

METODE PENELITIAN

Dalam menjawab pertanyaan di atas, peneliti melakukan penelitian menggunakan metode kualitatif dengan teknik triangulasi yakni berdasarkan wawancara mendalam dan observasi sebagai sumber data primer dan sumber data sekunder melalui studi pustaka, (Sugiyono, 2016: 217). Sehingga, penelitian ini dapat menjelaskan permasalahan dan menjawab penelitian ini.

PEMBAHASAN

Efektifitas Komunikasi Politik Presiden Joko Widodo di Media Online Melalui Vlog

Vlog berasal dari dua kata yakni ‘video’ dan ‘blog.’ Apa itu video? Video adalah teknologi untuk menangkap, merekam, memproses, mentransmisikan dan menata ulang gambar bergerak. Lalu, Apa itu Blog? Blog adalah catatan pribadi secara online yang sering diperbarui dan didistribusikan ke masyarakat umum. Kalau begitu apa itu Vlog? Jadi, Vlog adalah catatan pribadi dalam bentuk video yang diperbarui dan didistribusikan secara umum. Lebih lengkapnya, Vlog ini termasuk suatu bentuk kegiatan *blogging* dengan menggunakan medium video di atas sumber media utamanya yakni penggunaan teks atau audio.

Perkembangan Vlog sampai sekarang mengalami perkembangan yang pesat. Sejak kemunculan YouTube, perkembangan Vlogger ini memang cukup populer di banyak negara. Namun untuk Indonesia, perkembangan Vlog belum begitu lama. Belum banyak Vlogger yang aktif sebelum tahun 2012. Baru setelah 2012, banyak muncul channel-channel populer di YouTube yang dibuat oleh orang Indonesia. Kemudian setelah tahun 2014, mulailah muncul Vlogger-vlogger Indonesia yang mampu menyediakan beragam konten-konten viral yang mengguncang dunia.

Sebelum tahun 2012-2013, aktivitas blog di Indonesia lebih didominasi oleh *bloging* dalam situs blog. *Blogger* konten tulisan sangat banyak dan populer di Indonesia, bahkan beberapa diantaranya sangat terkenal di dunia internet. Kenapa *Vlogging* masih kurang waktu itu? Mungkin salah satunya adalah karena media dan alat untuk *vlogging* seperti kamera dan lainnya masih mahal dan sulit untuk dijangkau semua

orang. Kini semua peralatan tersebut bisa dengan mudah sekali didapatkan bahkan dengan harga yang murah, (Kaiamedia.com). Vlog juga digunakan sebagai komunikasi para elit politik di Indonesia sebagai pola dalam marketing dan bertujuan untuk menarik partisipasi politik dari masyarakat, menjawab pertanyaan penelitian akan dijelaskan mengenai efektivitas komunikasi politik presiden Jokowi melalui vlog sebagai berikut.

Komunikasi Politik yang dipilih Presiden Jokowi adalah melalui media online dengan unggahan vlog di media sosial. Menurut Presiden Jokowi, saat pertama kali memiliki akun youtube dengan melakukan teknik vlog, Presiden Jokowi melihat fenomena banyak anak muda yang saat ini sedang memiliki minat yang tinggi dengan youtube untuk melihat rekaman dalam bentuk teknik vlog dengan live dan melangsungkan tanya jawab (Q& A), (Tekno.kompas.com). Vlog ini memiliki tujuan yakni bagi Presiden Jokowi sendiri adalah, untuk mendekatkan diri dengan masyarakat agar tidak ada jarak dengan masyarakat.

Tujuan dari Presiden Jokowi tersebut, juga dirasakan oleh publik, seperti yang diutarakan oleh pemilih pemula, Charita, Tasya, lulusan SMA tahun 2019 yang diwawancara oleh penulis – mereka tahun ini menjadi pemilih pemula, (Hasil Wawancara Charita dan Tasya, 2019) – bahwa dengan melihat youtube dari Presiden Jokowi mereka merasa dekat seperti tanpa ada jarak dan mereka dapat melihat aktivitas seorang Presiden Jokowi – dengan membuka youtube atau vlog-vlog humanis dari Presiden Jokowi tersebut.

Dari pernyataan itu dapat disimpulkan bahwa komunikasi politik yang dilakukan oleh seorang Presiden Jokowi menggunakan sarana media yaitu media online dengan teknik vlog dapat dikatakan berhasil, karena informan dua pemilih pemula yang berusia 18 dan 19 tahun itu mengakui menjadi tertarik dan penasaran akan isi vlog Presiden Jokowi yang beredar di media sosial. Mereka juga mengungkapkan sarana media vlog sangat efektif, karena mereka yang awalnya tidak peduli dengan aktivitas elit politik dengan adanya vlog Jokowi itu menjadi perhatian khusus dari mereka untuk mencoba menonton rekaman tersebut di youtube.

Awalnya mereka tidak terlalu tertarik mengikuti berita tentang elit politik, namun dengan adanya vlog Humanisnya seorang Presiden yakni yang ada di channel youtube pribadi Jokowi, maupun melalui channel youtube dari beberapa youtuber muda yang sudah terkenal, sebut saja Atta Hallintar dengan 18 Juta Subscriber dan Ria Ricis dengan 16 Juta

Subscriber, tentu hal ini membawa pengaruh terhadap pemilih pemula dengan melihat rekaman vlog melalui youtuber pujaan anak milenial tersebut, sehingga secara tidak langsung membuka rasa penasaran mereka akan vlog yang lainnya tentang Presiden Jokowi.

Komunikasi politik melalui vlog yang dipilih Presiden Jokowi yang awalnya bertujuan untuk menarik simpati dan perhatian kaum milenial dalam hal ini para pemilih pemula yang usianya di atas 17 tahun hingga 25 tahun dinilai sangat efektif dengan merujuk hasil penelitian ini terhadap beberapa kaum milenial yang menyatakan bahwa dengan adanya vlog Presiden Jokowi membuat mereka Penasaran seperti yang di utarakan oleh Farrel, mahasiswa Trisakti, yang berusia 18 tahun ini, yakni: “Dengan adanya vlog Jokowi, saya dulunya tidak peduli dengan siapa dan apa yang dilakukan oleh para politisi, tetapi saat ada tayangan vlog Pak Jokowi naik motor trail menyusuri trans Papua, membuat saya berdecak kagum, terlebih yang belum lama ini ada rekaman Pembukaan Asian Games, adanya adegan Pak Jokowi Naik Motor, walau itu hanya *stuntman* yang melakukan. Namun, dalam vlog transPapua, saya sudah lihat bahwa Pak Jokowi bisa bawa motor, artinya pak Jokowi memang *keren banget*,” (Hasil Wawancara Varel, 2019).

Efektifitas Komunikasi Politik yang dilakukan oleh Presiden Jokowi dinilai oleh informan, Farrel 18 tahun, Charita dan Tasya perwakilan dari kaum Milenial bahwa diterima dengan baik dan direspons sangat positif, bahkan mereka memberikan apresiasi, bahwa baru kali ini ada pemimpin yang paling tinggi di negara mau melakukan komunikasi dengan gaya anak muda, dengan gaya yang kekinian dan hal itu membuat mereka terus mencari vlog-vlog baru presiden Jokowi yang lebih fenomenal seperti vlog yang mencerminkan Humanisnya seorang Presiden yang menggunakan waktu luang di Istana dengan rekaman memperlihatkan bahwa seorang Presiden Jokowi ternyata memiliki hobi memelihara hewan seperti Ikan, Kambing, rusa, dan sebagainya, dan rutin memberikan makan kepada satwa-satwa peliharaan tersebut, yang mana vlog tersebut sangat diminati oleh mereka selaku kaum milenial.

Efektifitas komunikasi Presiden Jokowi dinilai efektif bukan saja oleh kaum milenial, ada beberapa segmen di luar kaum milenial yang menilai bahwa komunikasi politik Presiden Jokowi sangat efektif, seperti yang diungkapkan oleh informan dari kalangan orang media, seorang Penyiar Radio dari Pulau Bali,

Samuel W. Chandra yang menyatakan, “komunikasi Politik Presiden Jokowi dengan menggunakan vlog di media Sosial dinilai efektif. Namun, tetap tidak dapat ditinggalkan cara konvensional, karena masih banyak juga masyarakat yang belum paham akan media sosial,” (Samuel W. Chandra, 2019).

Hal ini juga di perkuat dengan Informan seorang Akademisi, seorang Dosen Informatika di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Informatika Komputer Widuri, Jakarta Barat, Willy S. Hambur, yang menyatakan, “komunikasi politik yang di pilih oleh Pak Jokowi dengan menggunakan vlog melalui media sosial di era sekarang sangat tepat dan sesuai waktu dan efektif. Sebab, momennya tepat, saat ini memang adalah era digitalisasi, hanya yang perlu ditingkatkan adalah Sumber Daya Manusianya, dalam hal ini yakni Tim Komunikasi Digital Komunikasi Presiden Joko Widodo agar lebih kreatif dengan ide-ide yang dapat membuat masyarakat menjadi tertarik akan konten-konten vlog tersebut dan dapat dinikmati oleh semua segmen,” (Willy S. Hambur, 2019).

Bahasan efektifitas juga sangat didukung oleh salah satu penggiat media sosial yakni relawan yang memiliki media sosial khusus untuk konten dari Presiden Joko Widodo, yang mana seorang relawan media sosial ini berdomisili di Magelang, Jawa Tengah, bernama M. Bahrn Najach. Ia mengungkapkan, “Komunikasi yang dilakukan seorang Jokowi melalui media sosial sangat efektif, karena dengan adanya vlog Jokowi, merupakan *feedback* dari partisipasi politik masyarakat dalam mengawasi kinerja dari Presiden Jokowi, dan secara tidak langsung membawa efek yang positif yaitu kedekatan masyarakat terhadap figur seorang Presiden Indonesia,” (Hasil Wawancara via Whatsapp, M. Bahrn Najach, 2019).

Informan yang selanjutnya adalah seorang Anggota Polisi dalam hal ini dapat dikategorikan mewakili masyarakat netral yang tidak memiliki hak pilih, Roby, dari Intelkam Polsek Kebayoran Lama. Robby menilai bahwa, “sangat efektif komunikasi Politik melalui Media Sosial untuk seorang Pemimpin, karena saat itu orang akan melihat materi dari rekaman vlog tersebut, tanpa melihat asal partai politiknya,” (Robby, 2019).

Beberapa elite partai politik yakni yang sedang bertugas di lembaga legislatif maupun sebagai struktural dari partai politik menilai komunikasi politik berbasis media sosial melalui vlog sangat efektif. Seperti juga disampaikan dari elit politik yang berasal dari

Partai yang sama dari Presiden Jokowi yaitu PDI Perjuangan, yang diungkapkan oleh Gembong Warsono, Anggota DPRD DKI Jakarta, periode 2019-2024, yang juga merupakan Sekretaris DPD DKI Jakarta PDI Perjuangan. “Komunikasi Pak Jokowi menggunakan vlog yang di unggah di media sosial sangat efektif, karena saat ini pengguna media sosial sudah meningkat tajam, semua informasi yang diinginkan dapat dicari melalui media social,” (Gembong Warsono, 2019).

Pernyataan yang di ungkapkan oleh Gembong Warsono, Roby, Samuel, Willi, dan Bahrn tersebut tentang efektifitas dari komunikasi politik ini sangat berkaitan dengan definisi efektifitas yang dijelaskan oleh Martoyo (2002) berikut ini, “efektivitas sebagai suatu kondisi atau keadaan yang mana dalam memilih tujuan yang hendak dicapai dan sarana atau peralatan yang digunakan, disertai dengan kemampuan yang dimiliki adalah tepat, sehingga tujuan yang diinginkan dapat dicapai dengan hasil yang memuaskan,” (Yunitaardha.blogspot.com).

Sekali lagi ditegaskan bahwa dari hasil wawancara dengan beberapa informan yang memiliki latar belakang dan usia yang berbeda namun dengan hasil yang serupa dalam menilai efektifitas komunikasi politik Presiden Jokowi di media online melalui vlog didapatkan bahwa sangat efektif untuk beberapa segmen yaitu segmen milenial dan segmen menengah yang paham media sosial, untuk yang masyarakat belum tersentuh media sosial tetap dibutuhkan media konvensional seperti televisi, radio maupun media cetak seperti koran ataupun majalah. Bahkan, menurut Gembong Warsono, gaya komunikasi politik Presiden Jokowi sangat efektif juga untuk meningkatkan elektabilitas partai pengusungnya dalam hal ini PDI Perjuangan, memang tidak dapat dipungkiri bahwa menangnya PDI Perjuangan sebagai peraih kursi terbanyak di tingkat legislatif tahun 2019 ini, tidak terlepas dari *Jokowi effect*.

Tahun 2016 adalah awal Presiden Jokowi memilih vlog sebagai salah satu gaya komunikasi politik, dan pada saat itu Jokowi sudah masuk tahun kedua sebagai seorang Presiden Indonesia, ia telah menjadi orang nomor satu di Indonesia. Maka, keputusan Jokowi mengambil gaya komunikasi politik dengan vlog di media online sangat tepat waktu dan pas momennya, dikarenakan *position*-nya sebagai seorang presiden menjadi salah satu daya tarik akan viralnya vlog tersebut di media online. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan kepada Denny Mochtar, yang merupakan seorang Wartawan dan Fotografer

Majalah *freelance*, Jakarta. Denny menyatakan, “Gaya komunikasi politik Jokowi di media online khususnya menggunakan teknik vlog yakni yang diunggah secara *real time* ataupun siaran tunda, dinilai sangat efektif untuk era sekarang ini. Dan, Jokowi telah melakukan marketing politik dengan memperhatikan *position* dari dari si komunikator dalam hal ini adalah seorang Presiden Jokowi,” (Hasil wawancara Denny Mochtar, 2019).

Proses vlog ini, sebagai marketing politik yang di lakukan oleh Presiden Jokowi, dan sudah tepat dalam pemilihan waktunya, karena digunakan saat Jokowi menjadi orang nomor satu di Indonesia, dan saat ia sedang menjadi daya tarik yang khusus di dunia media online. Media online seperti memiliki dunia demokrasi sendiri yang terbentuk atau sering disebut dengan Demokrasi Virtual atau Demokrasi Netizen atau yang dikenal dengan sebutan *warganet*, (Roni Tabroni, 2012: 119 dan Fayakhun Andriadi, 2017).

Komunikasi politik yang dipilih Jokowi melalui teknik rekam atau vlog adalah teknik berbicara yang diunggah ke media online dengan kalimat yang sederhana dan mudah dimengerti oleh khalayak ramai. Sehingga menciptakan kedekatan secara perasaan, masyarakat dapat merasakan dan melihat langsung segala kegiatan ataupun aktivitas yang dilakukan oleh elit politik dalam hal ini orang nomor satu di Indonesia. Dan, komunikasi yang dilakukan oleh Jokowi dengan menggunakan bahasa yang sederhana, sehingga efektivitas komunikasi politik yang dilakukan oleh Presiden Jokowi dapat dinilai berhasil dalam memengaruhi elektabilitas Presiden Jokowi, dibuktikan dengan ia diusung kembali dalam Pilpres di tahun 2019 dan terpilihnya ia menjadi presiden untuk periode kedua.

Dari efektifitas komunikasi politik Jokowi melalui vlog di media sosial sejak 2016-2018 memang hal tersebut adalah bagian dari Marketing Politik Jokowi dalam memperoleh dan menjaga elektabilitasnya, seperti diungkapkan oleh Gembong Warsono bahwa, “Gaya politik Jokowi di media Online sudah di mulai sejak 2012. Jokowi dicalonkan sebagai Gubernur DKI Jakarta, dan saat itu hanya menggunakan Twitter dan Facebook, kiprah di media online sudah di mulai saat itu, dan melalui vlog sendiri di mulai tahun 2016. Sejak itulah marketing politik sudah diterapkan melalui media online hingga beliau setuju dengan *branding* bahwa Presiden Joko Widodo adalah “*Media Darling*.” Hal mana menggunakan media online dalam hal ini media sosial sebagai sarana dalam marketing politik.”

Media online diakui memiliki kelebihan yang sangat besar apabila dibandingkan dengan media lainnya atau media konvensional. Media online dalam hal ini adalah media sosial telah dipilih oleh partai politik untuk menjadi bagian dari Marketing Politik, menjadi pilihan dari partai politik atau pun elit politik dalam melakukan aktifitas politiknya, karena Media Online menghilangkan adanya batasan waktu, ruang, dan area. Hal mana media sosial juga telah mengambil posisi yang utama dalam aktivitas setiap masyarakat dalam berselancar di internet, tentu saja hal ini dapat meningkatkan komunikasi dua arah dengan saling berinteraksi satu sama lain tanpa harus adanya tatap muka langsung dan daya jangkau wilayah yang luas tanpa batasan jarak.

Teknik vlog dalam hal ini yang dilakukan secara live atau siaran langsung oleh elit politik, dapat menepis isu dengan meniadakan proses edit, yang mana rekaman tersebut dilakukan secara langsung, sehingga di manapun komunikan berada dan kebetulan sedang berselancar di media online, akan ikut menyaksikan siaran langsung tersebut dengan pemberitahuan yang disiarkan di media sosial, dan juga dapat mengikuti rekaman aktivitas elit politik tersebut selama proses rekaman video berlangsung dan dapat memberi komentar langsung dalam rekaman tersebut atau dapat memberi respons dalam rekaman video tersebut, serta apabila *warganet* belum sempat melihat siaran langsung rekaman video tersebut, dapat melihat rekaman siaran tunda tersebut melalui laman youtube bahkan dapat dilakukan pengulangan unggahan di media sosial dan dapat dibagikan di laman media sosial pribadi milik *warganet* dan hal ini-lah bagian dari partisipasi politik *warganet*.

Adapun kondisi seperti di atas, sangat sesuai pengertian media sosial yang dijelaskan oleh seorang pakar Media Sosial, McMillian (2002) bahwa, “Media Sosial menjadi pilihan bagi partai politik dan para politisi dengan tujuan: pertama, meningkatkan interaktivitas atau komunikasi dua arah yang terjadi antara organisasi dan publiknya; kedua, mampu menjangkau area yang lebih luas; dan ketiga, mampu menyebarkan pesan tanpa melalui prose *gate keeping* (penyeleksian informasi atau proses editing) layaknya media massa,” (derrymayendra.blogspot.com).

Uraian di atas terkait dengan teori media sosial dari Mc Millian adalah gambaran bahwa media sosial adalah media yang paling efektif dan efisien yang dipilih oleh partai politik atau pun elit politik dalam hal ini adalah seorang Presiden Joko Widodo yang menjadikan media

sosial menjadi bagian dalam komunikasi politik dan merupakan bagian dari strategi dalam meraup partisipasi politik dari masyarakat dan menjadikan media sosial sebagai media penyampai pesan ke masyarakat tentang kinerja seorang Presiden Joko Widodo dalam menjalankan tugas sebagai kepala negara.

Meski begitu, dari beberapa informan yakni ada beberapa informan yang menyatakan bahwa komunikasi politik Pak Joko Widodo tidak efektif, seperti yang di utarakan oleh seorang Masyarakat Martapura, Kalimantan Selatan, bernama Budi Rahman, usia 26 tahun, ia seorang pedagang Batu Permata, sebagai warga di daerah dalam hal ini daerah Kalimantan, bahwa ia menilai, "Komunikasi Joko Widodo melalui vlog di media sosial bagi mereka yang di daerah kurang efektif, karena pengguna media sosial masih terbatas penggunaannya. Mereka lebih berharap, kunjungan secara langsung oleh seorang Presiden Joko Widodo, dan melakukan tanya jawab langsung ke masyarakat." (Hasil Wawancara Budi Rahman, 2019). Tentu dalam hal ini komunikasi politik yang dilakukan Presiden Jokowi di media sosial tidak efektif bagi Budi Rahman yang berada di pulau Kalimantan, disebabkan posisi wilayah tempat tinggalnya yang jauh dari ibukota Negara,

Hal yang sama diutarakan oleh seorang Karyawan PT Kompas Gramedia, Palmerah, Staf IT, Usia 43 Tahun, Antonius Ismi Handoko, bahwa ia mengatakan, "Komunikasi politik Presiden Joko Widodo di Media Online tidak efektif untuk segmen usia tertentu apabila tidak menggunakan media lain lagi untuk penyampaiannya ke masyarakat, yang dimaksud adalah kegiatan vlog Jokowi kurang efektif apabila dilakukan langsung di media sosial saja karena masih terbatasnya pengguna media sosial di segmen usia dan latar belakang tertentu dalam menggunakan media sosial. Namun, akan menjadi efektif apabila tetap menggunakan media konvensional dalam hal ini televisi dalam menayangkan kembali proses pembuatan vlog program kerja tersebut ke tayangan televisi, agar dapat dinikmati oleh kalangan masyarakat yang tidak tersentuh dengan media social, (Hasil Wawancara by Email, Antonius Ismi Handoko).

Dari uraian kedua informan ini yang menyatakan tidak efektifnya komunikasi politik melalui vlog di media sosial, dikarenakan adanya segmen usia dan latar belakang masyarakat yang berbeda dan adanya situasi dan kondisi suatu wilayah, dan hal ini tentu menjadi bagian yang harus diperhatikan dan dicarikan solusinya dengan menggunakan media bantuan lainnya untuk penyampaian pesan tersebut agar

sampai kepada masyarakat. Oleh sebab itu, proses partisipasi masyarakat juga tetap perlu didapatkan dengan cara konvensional, sehingga elektabilitas untuk seorang Presiden Joko Widodo dapat maksimal hasilnya, hal mana semua segmen usia, latar belakang dan pendidikan dari semua lapisan masyarakat dapat terpenuhi, dan partisipasi masyarakat juga turut maksimal diperoleh.

Solusi yang ditempuh adalah dengan kombinasi penggunaan media online dan media konvensional merupakan cara yang tepat untuk meningkatkan efektifitas yang maksimal, (Roni Tabroni, 2012: 119). Hal mana semua lapisan masyarakat dapat terserap sehingga proses dari Marketing politik yang dilakukan oleh seorang Presiden Joko Widodo telah berhasil menyentuh semua lapisan masyarakat, karena dengan teknik gabungan marketing politik yang disesuaikan dengan segmen masyarakat, tentu hal tersebut akan semakin terciptanya efektifitas yang tinggi.

Mix atau penggabungan dari solusi menggunakan media online dan media konvensional adalah salah satu cara yang paling efektif dalam proses marketing politik dalam mempromosikan partai politik atau pun elit politik untuk tujuan elektabilitas yang tinggi dalam masyarakat. Seperti yang ditemukan peneliti saat meneliti dari beberapa informan yang berlatar belakang berbeda, hal mana efektifitas komunikasi politik Presiden Joko Widodo melalui media vlog pada media sosial harus dilakukan dengan sistem gabungan (mix) yaitu menggunakan media sosial namun tidak lupa menggunakan cara konvensional dalam melakukan marketing politik, dan tentu bukan hanya politisi dalam hal ini seorang Presiden Joko Widodo yang akan meraih partisipasi masyarakat, namun partai politik dari Jokowi yaitu PDI Perjuangan akan secara otomatis terimbas mengalami kenaikan elektabilitasnya di masyarakat umum lainnya.

Dari uraian di atas yang mewakili masyarakat dengan latar belakang yang berbeda yang menyatakan bahwa komunikasi politik yang dilakukan oleh seorang Presiden Joko Widodo sangat efektif, hal ini juga dikemukakan oleh para Politisi Muda yang saat ini menjadi Anggota DPRD DKI Jakarta untuk Periode 2019-2024. Informan politisi di DPRD DKI Jakarta, yakni Agustina Hermanto (Tina Toon) dari Fraksi PDI Perjuangan, ia juga seorang politisi dan Seniman yang memiliki channel Youtube, sangat akrab dengan dunia vlog dan media sosial dan aktif di media sosial Instagram, menyatakan: "Komunikasi Politik Jokowi melalui vlog di Media Sosial sangatlah

efektif, karena saat ini dunia online adalah dunia yang mudah digapai oleh semua khalayak khususnya kaum milenial, sehingga membuat kaum milenial tertarik dengan politik, dan pesan yang disampaikan oleh Jokowi dapat sampai ke masyarakat agar tidak ada berita yang dipelintir ke arah negatif. Dan, yang luar biasa adalah dalam komunikasi politik Jokowi terjadi komunikasi dua arah dengan komentar pada vlog yang dibuat, serta Jokowi suka membaca komentar dari netizen. Ia sendiri yang membaca pesan di Instagram, tentu hal ini menjadi hal yang luar biasa untuk seorang Presiden Jokowi, karena beliau membaca sendiri pesan instagram, kadang menjawab sendiri komentar dari para netizen. Hal itu sungguh membuat para netizen senang dapat berinteraksi langsung dengan seorang Kepala Negara. Meski, hanya melalui dunia maya dalam hal ini media sosial seperti Facebook dan Instagram.” (Hasil Wawancara Agustina Hermanto, 2019). Ada beberapa poin yang dapat disimpulkan dari hasil wawancara dengan Tina Toon, bahwa ia mengatakan, komunikasi politik Presiden Joko Widodo menggunakan teknik vlog di media sosial sangat efektif, karena alasannya adalah: pertama, momentumnya tepat yaitu Momentum media sosial; kedua, vlog adalah komunikasi dua arah; ketiga, anak Milenial menjadi tertarik akan politik; keempat, dapat menjadi media untuk pencegahan dari berita Hoax; dan kelima, kedekatan antara seorang Presiden dengan Rakyatnya.

Pendapat yang sama juga diungkapkan dua orang Politisi Muda dari Partai Demokrat yaitu, Ali Muhamad Johan dan Wita Susilowaty, mereka adalah Anggota-anggota DPRD DKI Jakarta 2019-2024 dari Fraksi Partai Demokrat. Ali Muhamad Johan berpendapat bahwa, “Cara Komunikasi Politik Pak Jokowi di media sosial melalui vlog, cukup Efektif karena mudah di akses oleh siapa saja yang paham akan dunia media online, dan membuat masyarakat lebih dekat. Juga bisa komentar langsung di media sosial, tanpa ada protokoler, dan vlog dapat juga memberitakan kegiatan sehari-hari aktivitas seorang Presiden dan terjadinya komunikasi dua arah antara Presiden Joko Widodo dan Netizen, sehingga publik menjadi lebih dekat,” (Hasil Wawancara, Ali Muhammad Johan, 2019).

Sedangkan, Wita Susilowaty, yang memiliki latar belakang disiplin Ilmu Akademik Strata dua Komunikasi menyatakan, “Melihat fenomena sekarang di mulai dari anak kecil hingga di usia milenial lebih banyak pegang handphone daripada menonton TV, bahkan mereka lebih senang buka channel youtube, maka trend pak Jokowi yang menggunakan vlog

di media sosial harusnya di contoh atau diikuti oleh pejabat publik lainnya, karena komunikasi politik melalui media sosial dengan teknik vlog sangat efektif. Sebab, vlog cara penyampaian pesannya cepat sampai kepada netizen, dan efisien dalam memberikan informasi yang cepat dan tersebar secara langsung di manapun berada, jadi efektifnya adalah cepatnya pesan yang diterima oleh masyarakat yang melek akan IT, (Hasil Wawancara Wita Susilowaty).”

Berdasarkan hasil wawancara terhadap tiga Politisi Muda dari dua Partai yang berbeda tersebut, tanggapan ketiga politisi tersebut sama bahwa, komunikasi Politik Presiden Joko Widodo menggunakan Vlog di Media Sosial sangatlah Efektif, karena dengan gaya komunikasi tersebut dapat mempermudah sampainya pesan yang diinginkan dengan cepat dan *real time*, serta terjadinya komunikasi dua arah, dan secara langsung adanya partisipasi dari netizen untuk memberikan *feed back* dengan berupa komentar yakni komentar positif maupun komentar negatif.

Efektifitas yang di dapat dalam komunikasi politik menggunakan vlog di media sosial yang dapat dikatakan efektif tersebut menurut ketiga politikus muda di atas, bahwa komunikasinya sangat pas waktunya dengan bahasa yang sederhana saat merekam video dan saat melakukan teknik rekam vlog. Presiden Jokowi terkadang secara spontan melakukan vlog secara live (Siaran Langsung), sehingga hal tersebut sama seperti Pak Jokowi sedang berbicara langsung kepada rakyatnya, dan hanya saat vlog secara langsung turut pula dapat memberikan komentar saat rekaman tersebut berlangsung.

Jadi, komunikasi politik melalui vlog yang dilakukan oleh seorang Presiden Joko Widodo adalah suatu kegiatan komunikasi politik yang sama seperti melakukan kegiatan berbicara langsung hanya yang membedakan dapat dinikmati di mana pun netizen berada, tanpa ada batasan tempat, dan dapat langsung interaktif dengan jangkauan wilayah yang luas secara online dan *real time*. Melakukan vlog secara spontan dapat disamakan dengan melakukan Pembicaraan tentang Politik dengan Gaya yang non-verbal untuk menyampaikan pesan, jadi saat Presiden Joko Widodo melakukan vlog hal itu dapat diartikan bahwa Presiden Joko Widodo sedang melakukan Komunikasi Politik dalam suatu sistem politik (Soemarno AP, 2017: 116-117) dengan menggunakan teknik vlog di media sosial, karena dengan teknik vlog dapat terjadi komunikasi dua arah melalui saling memberikan tanggapan dengan berupa komentar baik yang positif maupun komentar yang negatif.

Perihal tingkat efektifitas komunikasi politik Presiden Joko Widodo diperkuat juga dengan tanggapan dari seorang Politisi Senior PDI Perjuangan, yang saat ini menjabat sebagai Anggota Komisi III DPR-RI Untuk periode yang kedua yaitu 2019-2024, dan ia seorang aktivis 98 yaitu Masinton Pasaribu. “Gaya Komunikasi Politik Joko Widodo yang menggunakan vlog di Media Sosial sangat unik dan kekinian, memang saat ini media online adalah media paling efektif untuk menyampaikan pesan secara cepat dan dapat dilakukan real time. Meski tidak dapat dipungkiri bahwa ada beberapa lapisan masyarakat yang tidak akan mengerti gaya komunikasi menggunakan teknik vlog di media sosial ini dan untuk kondisi seperti ini diperlukan media konvensional seperti Televisi, Radio atau Surat Kabar, untuk melanjutkan pesan Pak Joko Widodo setelah di unggah di media sosial. Komunikasi menggunakan teknik vlog dapat dipastikan sangat efektif untuk tingkat masyarakat atau lapisan masyarakat milenial, karena para pemilih pemula dapat lebih tertarik apabila informasi dalam bentuk teknik rekam dan melibatkan media sosial,” (Hasil Wawancara Masinton Pasaribu, 2019).

Tanggapan dari Masinton Pasaributentang komunikasi politik dapat disimpulkan bahwa suatu komunikasi dapat dikatakan efektif apabila pesan dari komunikator dapat sampai kepada komunikan dengan baik, bahkan cenderung dapat mengarah kepada partisipasi politik masyarakat, dan tujuan lain dari komunikasi politik sendiri adalah terciptanya marketing politik yang dapat meningkatkan elektabilitas dari komunikator itu sendiri. Dalam hal ini komunikasi yang digunakan oleh seorang Presiden Joko Widodo menggunakan media vlog di media sosial untuk saat ini adalah tepat, karena saat ini media sosial adalah sarana yang paling tepat dalam melakukan komunikasi yang cepat dan efisien, tanpa ada sekat waktu dan ruang.

Dari semua informan yang berhasil di wawancara oleh peneliti bahwa mayoritas memberi tanggapan yakni komunikasi Presiden Joko Widodo melalui vlog di media online sangat efektif. Namun ada beberapa yang menyatakan tidak efektif, ketidakefektifannya hanya terbatasnya segmen masyarakat untuk yang awam akan media online, meskipun dapat diupayakan dengan menggunakan media konvensional seperti televisi maupun radio. Jadi, fenomena komunikasi politik di era digital saat ini sangat efektif dan efisien, meski tidak terlepas dari diperlukannya bantuan media konvensional untuk menyampaikan pesan

tersebut kepada beberapa segmen dan lapisan masyarakat yang tidak mengerti dan tidak paham akan dunia internet.

Informan yang berikutnya adalah salah satu pengurus PDI Perjuangan yang menangani tentang media digital yaitu: Putra Nababan, Anggota DPR RI, Komisi X, periode 2019-2024. Ia menanggapi efektifitas komunikasi Jokowi melalui teknik vlog di media sosial bahwa, “esensi dari gaya komunikasi politik Jokowi menggunakan vlog adalah mencerminkan kedekatan secara humanis antara seorang Presiden dan masyarakatnya, dan dengan menggunakan vlog pribadi, Jokowi telah menciptakan platform baru di mata masyarakat yaitu kedekatan secara emosional. Teknik vlog ini merupakan medium komunikasi yang baik, dan menghilangkan protokol yang ada, karena Jokowi menggunakan *smartphone* sendiri dan ia juga dapat menentukan mana yang dapat dibuat vlog atau yang tidak. Sedangkan, untuk masyarakat yang tidak mengerti akan internet, namun dalam hal komunikasi dapat dilakukan dengan cara konvensional maupun non-konvensional, dan melalui vlog adalah cara Jokowi menyentuh ke masyarakat. Meski begitu, bahwa masa vlog ini tentunya ada masanya, sehingga dibutuhkan tim digital yang *update* dan kreatif, agar tetap menjadi konten yang sedang tren, sehingga pendukungnya di media internet ini akan terus berkembang sesuai zaman.” (Hasil Wawancara Putra Nababan, 2019).

Dari tanggapan dari dua politisi anggota dewan dari DPR-RI periode 2019-2024 yakni Masinton Pasaribu dan Putra Nababan, yang memberikan tanggapan tentang efektifitas komunikasi politik Presiden Joko Widodo, dengan mengatakan sangat efektif, karena pesan tersebut sampai kepada masyarakat yang di tuju. Ini menunjukkan bahwa komunikator (Presiden Joko Widodo) menyampaikan pesan melalui vlog dan dimengerti oleh Komunikan (Masyarakat), bahkan elit politik mengikuti gaya vlog Jokowi.

Faktor Penghambat dan Faktor Pendukung dalam Komunikasi Politik Presiden Joko Widodo Melalui vlog di media online

Dalam berkomunikasi ada beberapa faktor yang menentukan bahwa komunikasi itu berjalan lancar dan berhasil yakni apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat diterima oleh komunikan dengan perantara suatu media. Dari komponen dasar komunikasi politik dapat dilihat bahwa hasil dari komunikasi politik ada yang sesuai dengan yang

diinginkan, dan ada yang tidak sesuai dengan isi pesan yang disampaikan oleh komunikator, (Efriza dan Jerry Indrawan, 2018: 29). Dalam hal komunikasi politik menggunakan media vlog atau teknik rekam di media sosial, tentu dapat diterima pesannya, namun ada yang menyatakan pesan menjadi tidak sampai secara sempurna, ada kendala dalam penyampaian saat proses komunikasi berlangsung atau ada beberapa faktor yang menjadi penentu dalam sampainya isi pesan dari komunikasi politik Presiden Joko Widodo.

Apabila komunikasi politik yang dilakukan oleh Presiden Joko Widodo melalui teknik vlog atau teknik rekam di media sosial mengalami hambatan dalam tersampainya pesan ke masyarakat, ada beberapa faktor yang akan menghambat proses dari tersampainya pesan tersebut ke masyarakat, seperti pernyataan dari seorang *freelancer* Penyiar Radio dari Wilayah Bali, Samuel Widya Chandra, berusia 43 tahun; ia menyatakan bahwa, “Ada beberapa faktor penghambat dalam penyampaian pesan komunikasi politik Jokowi melalui teknik rekam di media sosial, di antaranya adalah masih banyak masyarakat di pelosok yang masih terjebak dengan kebodohan atau istilahnya *gaptek* (gagap akan teknologi) dan secara teknik belum tersedianya layanan signal yang mendukung di pelosok, karena dalam mengakses rekaman di youtube dibutuhkan signal yang kuat dan kuota yang banyak, dan hal inilah yang akan menjadi hambatan untuk beberapa netizen atau warganet dalam mendapatkan informasi melalui dunia online atau media sosial umumnya,” (Hasil Wawancara Samuel Widya Chandra, 2019)

Beberapa hambatan dan pendukungnya menurut Politisi Muda dari Partai Demokrat, Wita Susilowati, Anggota DPRD DKI Jakarta 2019-2024 menyatakan, “Gaya Komunikasi Politik Presiden Joko Widodo dalam menggunakan Media Sosial melalui teknik vlog memang tepat waktunya, namun kendala yang ada adalah terbatasnya konstituen yang menikmati media tersebut, dan kendala yang dihadapi saat ingin melihat rekam video di channel youtube yakni adanya hambatan dalam signal, karena untuk di pelosok daerah ada beberapa titik yang belum tersentuh dengan fasilitas signal yang bagus dan baik dalam mengakses rekam video tersebut, hal seperti ini yang menjadi kendala dalam proses penyampaian pesan politik tersebut,” (Hasil Wawancara Wita Susilowaty, 2019).

Peneliti juga menggali lebih lanjut dengan meminta tanggapan masyarakat di sekitar Purwakarta, tepatnya di Desa Cadasari,

Kecamatan Tegalwaru, Kabupaten Purwakarta, dengan informan yakni ibu Ajar, berusia 60 tahun dan Ibu Aam, berusia 49 tahun. Masyarakat di desa itu dengan usia penduduk antara 45-65 tahun, cukup mengenal sosok Jokowi hanya melalui televisi, (Hasil Wawancara Ajar dan Aam, 2019). Tanggapan masyarakat tersebut bahwa mereka hanya dapat mengetahui sosok Presiden melalui Televisi, bahkan peneliti juga mendapati ada seorang warga yang hanya dapat berbahasa daerah (teknik observasi), sehingga saat melihat televisi ada hambatan dalam mengartikan makna siaran di TV, tentu hal ini adalah salah satu hambatan dalam pola komunikasi politik Presiden Joko Widodo dalam menggunakan media sosial. Namun, warga masyarakat kalangan bawah cukup mengetahui bahwa Presiden Joko Widodo adalah sosok yang baik, dan mereka hanya paham gambaran fisik seorang Presiden, saat peneliti menanyakan lebih lanjut apa yang diketahui mengenai Presiden Joko Widodo, mereka hanya dapat memberikan tanggapan bahwa nama tersebut adalah seorang Presiden yang Baik, (wawancara dan observasi).

Seperti kasus di atas, peneliti juga mendapatkan tanggapan dari masyarakat di Pelosok Kalimantan Selatan yaitu di Desa Hamak, kurang lebih 3 Jam dari Kota Banjarmasin, yang mana peneliti mencoba memberikan pertanyaan tentang sosok Jokowi yang mereka mengerti; dan didapati bahwa yang mereka mengerti hanya melalui media konvensional saja yaitu melalui televisi. Namun, program kerja yang dicanangkan Jokowi dapat mereka nikmati seperti dana desa dan program keluarga sejahtera, dan bagi mereka itu sudah cukup, mereka tidak perlu mengetahui gaya komunikasi Presiden Jokowi, cukup program kerja Presiden Joko Widodo dirasakan oleh mereka, itu sudah cukup, (Hasil Wawancara Istri Kepala Desa Hamak, Banjarmasin, 2019).

Hal ini menguatkan kesimpulan bahwa faktor-faktor hambatan dari gaya komunikasi Presiden Joko Widodo di antaranya adalah: kurangnya pengetahuan mereka akan dunia informatika atau dapat dikatakan *gaptek*, sosialisasi terhadap media sosial sendiri belum sempurna karena mereka lebih mengerti melalui media konvensional, dan hambatan lainnya adalah secara teknis signal dan provider untuk menjangkau pelosok negeri yang belum menyeluruh. Dan, hambatan yang utamanya adalah Sumber Daya Manusia di pelosok terutama usia di atas 50 tahun, cenderung lebih fokus kepada program kerja yang dapat menjadi bukti nyata dari kinerja Presiden Joko Widodo

dibandingkan komunikasi politik seorang presiden.

Sementara untuk faktor yang mendukung dari gaya komunikasi Politik Presiden Joko Widodo melalui media vlog di media sosial seperti yang diungkapkan oleh Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Informatika, di Jakarta Barat, Willybrodus, dan Jimmy Tawaluyan, Ketua Organisasi Kepemudaan Partai Perindo yang berdomisili di Makasar, Sulawesi Selatan. Dalam wawancara secara langsung kedua informan tersebut menyatakan bahwa salah satu faktor pendukungnya adalah Jokowi memiliki Anak bungsu (Kaesang) adalah seorang vlogger aktif, dan hal itu salah satu faktor pendukung untuk menciptakan komunikasi politik yang dapat menghasilkan sistem marketing politik. Hal mana Jokowi banyak belajar teknik tersebut dari Anak Bungsunya Kaesang, tentunya ini menjadi daya tarik tersendiri. Faktor pendukung lainnya adalah terbukanya Ruang dan Waktu bagi para remaja milenial untuk berselancar di media sosial, dan di akui maupun tidak di akui, saat ini adalah media sosial merupakan media yang paling murah dan cepat dalam penyampaian suatu pesan, (Hasil Wawancara Willyboradus dan Jimmy Tawaluyan, 2019).

Dari hasil wawancara terhadap informan-informan terkait mempertanyakan mengenai faktor penghambat dan faktor pendukung, bahwa dapat dianalisa menurut peneliti bahwa faktor hambatan yang akan dihadapi dari gaya komunikasi vlog di media sosial adalah terbagi menjadi teknis dan SDM-nya, seperti berupa mengenai teknis signal dan SDM yang berkualitas dan memiliki keahlian dalam berkreasi konten youtube atau vlog secara update, jika kedua hal tersebut tidak ditingkatkan seiringan waktu yang berjalan, maka niscaya hal itu akan menjadi hambatan yang paling dominan.

PENUTUP

Dari pengumpulan data, observasi, dan hasil wawancara (triangulasi) dengan beberapa informan yang dibutuhkan untuk memperoleh hasil penelitian ini, maka di dapatkan data mengenai seberapa besar efektifitas komunikasi politik Presiden Joko Widodo di media online melalui vlog, dapat disimpulkan yakni gaya komunikasi politik Jokowi dapat dikatakan sangat efektif untuk masa sekarang.

Komunikasi politik Pak Joko Widodo dikatakan efektif karena menggunakan media dan cara yang tepat yaitu media online yang memang sedang berada dalam posisi pertama pada media dari proses komunikasi, juga pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat

dimengerti dan diterima oleh masyarakat (Komunikan), bahkan pesan tersebut cenderung diikuti contohnya kegiatan vlog Presiden Jokowi sudah mulai diikuti oleh beberapa elit politik yang turut serta membuat konten vlog untuk komunikasi politiknya saat melakukan marketing politik. Sedangkan, faktor penghambat dan faktor pendukungnya adalah kearah teknis dan sumber daya manusia dalam mendukung dan pengelolaan sistem digital yang ada. Namun yang pasti bahwa dengan komunikasi politik di media sosial melalui vlog telah menghilangkan protokoler seorang Presiden. Meski, ada beberapa informan yang mengatakan tidak efektif, namun ketidakefektifan gaya komunikasi itu hanya sebatas masyarakat yang dalam rentang usia di atas 50 tahun. Jadi dapat ditegaskan bahwa Komunikasi Dunia Digital telah menghilangkan Ruang dan waktu sebagai batasan dalam proses pengolahan komunikasi.

Dari hasil observasi, wawancara, dan pengumpulan data ini, maka penulis memberikan saran sebagai berikut: pertama, untuk meningkatkan efektifitas komunikasi politik Presiden Joko Widodo di Media Online melalui Vlog, juga perlu dengan menggabungkan media online dengan media konvensional, agar pesan politik yang diproses dapat sampai kepada masyarakat hingga ke seluruh lapisan masyarakat, yang paham akan dunia online maupun masyarakat yang tidak paham akan dunia online, jika kedua media tersebut berjalan selaras tentu akan menghasilkan tingkat efektifitas yang sangat tinggi.

Selain dari saran tersebut, peneliti juga menyarankan untuk meningkatkan efektifitas komunikasi politik di media online melalui vlog tentu adanya peningkatan akan signal internet yang tinggi dan kuat daya pancarnya hingga ke pelosok daerah, sehingga mempermudah masyarakat dalam mengakses internet.

Jadi, jika dibuat kesimpulan secara ringkas adalah sebagai berikut, bahwa Untuk Lebih Meningkatkan Efektifitas Komunikasi Politik Presiden Joko Widodo di Media Online melalui Vlog, maka dapat dilakukan hal-hal berikut ini: pertama, memaksimalkan penggunaan fungsi untuk media online dan media konvensional; peningkatan Daya Signal Internet hingga ke Pelosok daerah; ketiga, pengenalan Internet lebih dini dengan cara yang positif; dan sosialisasi penggunaan Internet hingga ke lapisan segmen masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriadi, Fayakun, Partisipasi Politik Virtua: Demokrasi Netizen di Indonesia, Jakarta: RMbooks, 2017.
- AP, Sumarno, Komunikasi Politik, Tangerang Selatan: Jaya Abadi Utama, 2017.
- Efriza dan Jerry Indrawan, Komunikasi Politik: Pemahaman Secara Teoritis dan Empiris, Malang: Intrans publishing, 2018.
- Hasil Wawancara dengan Ibu AAM, Warga Desa Cadasari Purwakarta, pada 27 September 2019.
- Hasil Wawancara dengan Agustina Hermanto (Tina Toon), Anggota DPRD DKI Jakarta, PDI Perjuangan, pada 30 September 2019.
- Hasil Wawancara dengan Ajar, Warga Desa Cadasari Purwakarta, pada 27 September 2019.
- Hasil Wawancara dengan Ali Muhamad Johan, Anggota DPRD DKI Jakarta, Partai Demokrat, pada 30 September 2019.
- Hasil Wawancara dengan Budi Rahman, warga Martapura, Kalimantan Selatan, pada 01 Agustus 2019
- Hasil Wawancara dengan Charita, Generasi Milenial Lulusan SMU Tahun 2019, pada 18 Agustus 2019.
- Hasil Wawancara dengan Denny Mochtar, Wartawan dan Fotografer Majalah Freelance, pada 11 september 2019.
- Hasil Wawancara dengan Farrel Mahasiswa Trisakti Angkatan 2019 -2020, pada 28 Oktober 2019.
- Hasil Wawancara dengan Istri Kepala Desa Hamak, Banjarmasin, pada 8 Oktober 2019.
- Hasil Wawancara dengan Jimmy Tawaluyan, Ketua Organisasi Kepemudaan PERINDO, pada 28 September 2019.
- Hasil Wawancara dengan Gembong Warsono, Anggota DPRD DKI Jakarta, PDI Perjuangan, pada 17 September 2019.
- Hasil Wawancara dengan Masinton Pasaribu, Anggota DPR-RI, PDI Perjuangan, pada 15 Oktober 2019.
- Hasil Wawancara dengan Putra Nababan, Anggota DPR-RI, PDI Perjuangan, pada 25 Oktober 2019.
- Hasil Wawancara dengan Robby, Interkam Polsek Kebayoran Lama, pada 7 September 2019.
- Hasil Wawancara dengan Samuel Widya Chandra, Penyiar Radio Dari Bali, pada 10 Agustus 2019.
- Hasil Wawancara dengan Tasya, Generasi Milenial Lulusan SMU Tahun 2019, pada 18 Agustus 2019.
- Hasil Wawancara dengan Willy S. Hambur, Dosen Informatika, pada 9 September 2019.
- Hasil Wawancara dengan Wita Susilowaty, Anggota DPRD DKI Jakarta, Partai Demokrat, pada 30 September 2019.
- Hasil Wawancara via email, Antonius Ismi Handoko, Staff IT Kompas Gramedia, pada 10 September 2019.
- Hasil Wawancara via Whatsapp, M Bahrn Najach, Relawan Penggiat berita tentang Jokowi, pada 4 September 2019.
<http://www.kaiamedia.com/pengertian-vlog>, diakses tanggal 20 September 2019.
[http://www.Kominfo.go.id/kominfo.go.id/Kominfo/peringkatIndonesiasebagai pengguna internet](http://www.Kominfo.go.id/kominfo.go.id/Kominfo/peringkatIndonesiasebagai%20pengguna%20internet), diakses tanggal 28 Juli 2019
<https://www.tribunnews.com/nasional/2017/04/26/presiden-jokowi-ungkap-alasan-sering-bikin-vlog>, diakses tanggal 18 Juli 2019.
<https://tekno.kompas.com/read/2016/05/28/presiden.PresidenJokoWidodo.kini.punya.akun.youtube.resmi>, diakses tanggal 25 Juli 2019.
[http://yunitaardha.blogspot.com/201/04/teori efektivitas](http://yunitaardha.blogspot.com/201/04/teori%20efektivitas), diakses tanggal 25 Juli 2019.
<https://derrymayendra.blogspot.com/2013/06/teori-media-online>, diakses tanggal 24 Juli 2019.
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualiatatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Tabroni Roni, 2012, Komunikasi Politik Pada Era Multimedia, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012.