

ANALISIS WACANA CITRA I KETUT SUDIKERTA DI FACEBOOK PERIODE JANUARI – DESEMBER 2017

Dewa Ayu Putu Jiyestha Narayani Murti¹⁾, Ni Made Ras Amanda Gelgel²⁾, Ade Devia Pradipta³⁾

^{1,2,3)}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: dethanarayani@gmail.com¹, rasamanda13@gmail.com², deviapradipta88@gmail.com³

ABSTRACT

An image is very important for a politician to attain the attention from the society. Politician's image need to be built and maintained in order to attain sympathy from the public. The process of building an image requires the media to share the informations. They have their own way to show the particular image, in order to attain more supports from the society. The using of social media of this purpose is such a requirement to reach the bigger range of society in order to influence them. Many politicians using Facebook to keep on communicating with their constituents. One of these politicians is I Ketut Sudikerta, who used to maintain this kind of social media to achieve the society's empathy. He updates his Facebook timeline by uploading his daily activities photos. To observe the politician's image on social media, we can use text analysis technic, to comprehend the intention of social media utilization on politic. The research aim at explaining text analysis of the image of I Ketut Sudikerta on Facebook on January until December 2017. This research using qualitative approach with Van Dijk analysis. The result of this research found that, there are 5 categories of image have been established: hardworking politician, down to earth, simple, local genius, young spirited, dynamic.

Keyword: Facebook, I Ketut Sudikerta, Image, Text Analysis, Van Dijk

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi turut meramaikan aktivitas komunikasi politik (Cangara, 2014: 314). Komunikasi politik erat kaitannya dengan peran media sebagai sumber informasi dan memiliki pengaruh besar dalam pembentukan opini. Banyak tokoh-tokoh politik menggunakan media sosial untuk kepentingan politiknya, mereka menggunakan media sosial untuk membentuk sebuah citra untuk mencari dukungan dari masyarakat. Identitas dapat diciptakan dalam waktu yang relatif pendek, tetapi citra harus dibangun secara evolusioner dalam jangka panjang atau menengah. Identitas merupakan salah satu faktor yang

memengaruhi keberhasilan pembentukan citra yang positif.

Proses pembentukan suatu citra memerlukan alat yaitu media untuk menyebarkan informasi. Untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat sehingga mampu memengaruhi dukungan, politisi menggunakan media sosial sebagai alat penyampaian pesan. Salah satu karakteristik dari media sosial adalah interaksi, di mana media sosial membentuk jaringan antar pengguna (Nasrullah, 2015: 25). Pada intinya, pengguna media sosial dapat berbagi aktivitas dua arah (komunikasi dua arah) dalam beragam bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam

bentuk tulisan, visual, maupun audiovisual. Komunikasi dua arah membantu politisi untuk mengetahui opini publik tentang kebijakan dan posisi politik, serta membangun dukungan (Anshari, 2013).

Dewasa ini media sosial banyak jenisnya, di Indonesia sendiri media sosial yang paling populer adalah *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Path*, *Tumblr*, dan lain-lain. Pada awal tahun 2016, *facebook* menjadi platform teraktif di Indonesia. Pengguna *facebook* di Indonesia mencapai 88 juta pengguna aktif, 59% pengguna laki-laki dan 41% pengguna perempuan (<https://www.slideshare.net/mobile/wearesocialsg/digital-in-apac-2016>). *Facebook* memiliki layanan berupa muatan video, foto, dan teks tidak terbatas, hal ini yang menjadikan *facebook* populer (Rusfian&Nurhajati, 2015: 124).

Beragaman fasilitas yang dimiliki, menjadikan *facebook* efektif sebagai media komunikasi dan kampanye politik untuk meraih dukungan. Para pelaku politik membangun komunikasi politik dengan konstituennya, membentuk sebuah opini, memobilisasi dukungan, dan membangun suatu citra. Citra seorang politisi perlu dibangun dan dipertahankan agar mendapat simpati dari publik. Salah satu contohnya adalah mantan presiden ke-6 RI yaitu Soesilo Bambang Yudhoyono (SBY) sewaktu beliau masih menjabat sebagai presiden juga memanfaatkan media sosial khususnya *facebook* untuk berelasi dan berinteraksi dengan rakyatnya.

Begitu pula dengan salah satu seorang wakil Gubernur Bali yaitu I Ketut Sudikerta yang menggunakan media sosial khususnya *facebook* dalam kehidupan politiknya untuk mencari simpati masyarakat. Sebagai tokoh politik yang masih menjabat sebagai wakil Gubernur Bali dan merupakan salah satu calon yang akan maju pada pemilihan Gubernur Bali 2018 mendatang, Sudikerta termasuk orang yang menggunakan media sosial dengan baik, ini terlihat dari banyaknya tanggapan positif yang diberikan oleh pendukungnya di akun *facebook* pribadinya.

Sejak 2014, Sudikerta sangat aktif di laman *facebook* miliknya yang bernama Tommy Sudikerta. Sebagai aktor politik, Sudikerta berupaya ingin membangun citra yang baik untuk dapat menarik simpatisan yang lebih banyak. Menurut tim pembentukan citra Sudikerta di media sosial, Sudikerta ingin menampilkan sosok pemimpin yang merepresentasikan masyarakat kecil atau masyarakat yang kurang mampu. Selain itu, Sudikerta ingin menampilkan pemimpin yang merakyat, di mana ia selalu berada di tengah masyarakat dan ingin menunjukkan bahwa pemimpin adalah pelayan rakyat (wawancara, 13 Mei 2017).

Sudikerta memiliki pengikut yang cukup banyak di *facebook* yaitu sebesar 10.209 pengikut per 8 April 2018. Sudikerta sangat aktif mengunggah status-status dan foto kegiatan sehari-harinya di akun *facebooknya* dan sering menyertakan #Sudikertakerjanya.

Penelitian ini akan melihat status-status

Sudikerta di *facebook* dengan analisis wacana Van Dijk. Metode ini digunakan karena peneliti ingin melihat citra pada wacana yang ada pada status-status I Ketut Sudikerta yang diunggah melalui akun *facebook* pribadinya. Analisis wacana Van Dijk digunakan untuk mengetahui pencitraan dalam bentuk teks.

Rumusan Masalah

Terdapat rumusan masalah yang ditarik dalam penelitian ini yakni bagaimana analisis wacana citra I Ketut Sudikerta di *facebook* periode Januari – Desember 2017.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan Analisis wacana citra I Ketut Sudikerta di *facebook* periode Januari – Desember 2017.

2. KAJIAN PUSTAKA

Media Sosial sebagai Alat Pembentukan Citra

Van Dijk dalam Nasrullah (2015: 11) menyatakan bahwa media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Kehadiran media sosial seperti *facebook*, *twitter*, dan lain-lain, digunakan untuk mempublikai konten seperti profil, aktivitas, atau bahkan pendapat pengguna sebagai media yang memberikan ruang untuk berkomunikasi dan berinteraksi dalam media sosial. Misalnya, *facebook* memiliki fasilitas berupa “*wall*” (dinding)

sehingga pengguna dapat memberikan tanggapannya terhadap situasi sebagai contohnya kondisi politik terkini (Nasrullah, 2014: 36).

Kehadiran media sosial turut meramaikan bidang politik. Media sosial dianggap signifikan dan berpotensi untuk merubah opini masyarakat dalam berbagai hal. Media sosial yang digunakan sebagai alat pembentukan citra menjadi stimuli untuk berkembangnya persepsi (Kertamukti, 2015).

Menurut Nimmo (1978) dalam Hasan (2009), citra adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan situasi keseharian seseorang yang menyangkut pengetahuan, perasaan, dan kecenderungannya pada sesuatu.

Menurut Jeffkins ada beberapa jenis citra yang dipelajari dalam kegiatan pencitraan, yaitu:

1. Citra bayangan (*the mirror image*), citra yang diyakini oleh anggota organisasi mengenai pandangan luar terhadap organisasinya.
2. Citra yang berlaku (*the current image*), citra yang diyakini oleh orang luar mengenai suatu organisasi.
3. Citra yang diharapkan (*the wish image*), citra yang diinginkan suatu perusahaan atau organisasi.
4. Citra perusahaan (*corporate image*), citra suatu organisasi secara keseluruhan.

5. Citra majemuk (*the multiple image*), citra yang diyakini oleh anggota organisasi belum tentu sama dengan citra organisasi tersebut secara keseluruhan (Jefkins, 2004: 20-23).

New Media

New media adalah media baru yang muncul karena perkembangan teknologi, yaitu internet. Menurut Flew dalam Andriadi (2016: 78-79), internet menandai lahirnya era *new media*. Flew membagi *new media* menjadi lima karakteristik, yaitu;

1. *Manipulable*, informasi digital yang mudah diubah dan diadaptasi dalam berbagai bentuk, penyimpanan, pengiriman, dan penggunaan.
2. *Networkable*, informasi digital dapat dipertukarkan secara terus-menerus oleh pengguna di seluruh dunia.
3. *Dense*, informasi digital berukuran besar dan dapat disimpan di ruang penyimpanan kecil.
4. *Compressible*, ukuran informasi digital yang diperoleh dan jaringan manapun dapat diperkecil melalui proses kompres,

Analisis Wacana Van Dijk

Model analisis wacana yang diperkenalkan Van Dijk mengolaborasi elemen-elemen wacana sehingga bisa didayagunakan dan dipakai secara praktis (Eriyanto, 2001: 2210). Penelitian ini akan menggunakan metode analisis wacana Van Dijk. Analisis wacana ini menganalisis

struktur teks dengan tiga tingkatan yaitu: struktur makro, superstruktur, struktur mikro. Peneliti menggunakan analisis wacana ini karena peneliti ingin melihat wacana yang ada dalam status I Ketut Sudikerta di *facebook*.

Struktur teks Van Dijk

<p>Struktur Makro Makna global dari suatu teks yang dapat diamati dari topik atau tema yang diangkat oleh suatu teks</p>
<p>Superstruktur Kerangka suatu teks, seperti bagian pendahuluan, isi, penutup, dan kesimpulan</p>
<p>Struktur Mikro Makna lokal dari suatu teks yang dapat diamati dari pilihan kata, kalimat dan gaya yang dipakai oleh suatu teks</p>

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan tipe penelitian deskriptif. Sumber data primer dari penelitian ini akan diambil dengan teknik purposif. Teknik purposif adalah teknik pengambilan sampel dengan kriteria tertentu. Pada penelitian ini sampelnya adalah status *facebook* Sudikerta dari bulan Januari hingga Desember yang memiliki jumlah *like*, *share*, *comment* terbanyak setiap bulannya. Setiap bulannya akan diambil 2 status. Data sekunder pada penelitian ini berupa jurnal-jurnal dan buku penunjang. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu observasi teks dan dokumentasi. Teknik analisis data pada

penelitian ini yaitu menggunakan teknik analisis wacana milik Van Dijk.

4. Hasil Dan Pembahasan

Media Sosial sebagai Alat Pembentukan Citra

Sudikerta merupakan salah satu aktor politik yang menggunakan *facebook* dengan sangat baik untuk mencari lebih banyak simpatisan. Untuk dapat menarik banyak simpatisan, Sudikerta berupaya membangun citra yang baik di mata masyarakat. Setelah dianalisis dengan analisis wacana milik Van Dijk ditemukan adanya lima citra yang ingin dibentuk oleh Sudikerta, yaitu; citra politisi yang bekerja, pelayan rakyat, sederhana, cinta makanan lokal, dan berjiwa muda, siap berubah dan dinamis.

1. Citra sebagai sosok politisi yang bekerja.

Dari 24 status, citra Sudikerta sebagai sosok politisi yang bekerja terlihat pada status tanggal 2 Februari, 6 Februari, 10 Maret, 14 Maret, dan 25 Maret. Menurut dari analisis wacana Van Dijk dari segi retorik penekanan terdapat pada *#sudikertakerjanya* yang menegaskan bahwa Sudikerta menginginkan citra sebagai sosok politisi yang bekerja. *Hashtag* tersebut Sudikerta gunakan pada status tanggal 2 dan 6 Februari. Status pada tanggal 14 Maret penekanan terdapat pada kata bekerja

yang diulang sebanyak tiga kali. Dan pada status tanggal 10 Maret dan 25 Juli menunjukkan bahwa ia telah menjalankan program kerja yang ia buat dengan merangkul rakyat. Sudikerta secara eksplisit menyampaikan pesan melalui statusnya.

2. Citra sosok politisi sebagai pelayan rakyat

Dari 24 status yang dianalisis oleh teknik analisis wacana Van Dijk, terlihat status pada tanggal 23 September, 7 April, 6 Juni, dan 8 November yang menunjukkan Sudikerta Sosok politisi sebagai pelayan rakyat. Sudikerta secara eksplisit menyampaikan pesan kepada *followersnya* di *facebook* melalui status-statusnya bahwa Sudikerta sebagai pelayan rakyat.

3. Citra sebagai sosok politisi yang sederhana

Terdapat 5 status dari 24 status yang memperlihatkan Sudikerta sebagai sosok politisi yang sederhana, yaitu status tanggal; 12 April, 12 Juni, 23 September, 21 Oktober, 6 November. Pada kategori ini Sudikerta menunjukkan citra yang sederhana dengan mengunggah tempat makan dari Sudikerta, di mana tempat makan terbilang tempat yang sederhana.

4. Citra sebagai sosok politisi yang cinta makanan lokal

Terdapat 7 status dari 24 status yang memperlihatkan citra Sudikerta sebagai sosok politisi yang cinta makanan lokal. Menurut teknik analisis wacana Van Dijk status tanggal 10 Januari, 20 Januari, 24 Juli, 13 Agustus, 27 Oktober, dan dua status tanggal 6 Desember 2017. Pada 7 status Sudikerta memperlihatkan kecintaannya pada makanan lokal dan buah-buahan lokal. Sudikerta membagikan status saat akan memanen buah jeruk bali yang ia tanam di pekarangan rumahnya, selain itu Sudikerta mengajak *followersnya* untuk membudidayakan dan meningkatkan konsumsi buah lokal sehingga buah lokal mampu bersaing dengan buah impor.

5. Citra sebagai sosok politisi yang berjiwa muda, siap berubah, dan dinamis
Dari 24 status, citra Sudikerta sebagai sosok politisi yang berjiwa muda, siap berubah, dan dinamis terlihat pada status tanggal 20 Agustus, 18 Mei, dan 25 Mei. Pada status tanggal 20 Agustus, Sudikerta tampil tanpa kumis dan membandingkan umurnya dengan para generasi muda. Yang biasanya Sudikerta berpenampilan tanpa kumis, maka pada status terlihat Sudikerta merubah penampilanya agar dapat terlihat dekat dengan

generasi muda. Suikerta juga ikut berbaur dengan anak muda dalam penyampaian aspirasi dan Sudikerta berpesan kepada generasi muda untuk menjadi pemuda yang cerdas.

Dalam penulisan status di *facebook*, Sudikerta menggunakan bahasa sehari-hari, kalimat tidak sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia, dan sering mengunggah status yang pendek-pendek. Selain itu, Sudikerta selalu mencampurkan bahasa yang ada pada statusnya seperti bahasa Indonesia yang dicampur dengan bahasa Bali.

Salah satu cara Sudikerta untuk dekat dengan *followersnya* adalah dengan cara mengunggah status yang meminta pendapat atau opini kepada *followersnya* sehingga terciptanya komunikasi dua arah..

5. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik adalah:

1. Dari analisis wacana Van Dijk yang dilakukan terhadap 24 status *facebook* I Ketut Sudikerta dapat ditemukan lima kategori citra yang ingin ditampilkan Sudikerta yaitu; citra sebagai politisi yang bekerja, citra sosok politisi sebagai pelayan rakyat, citra sebagai sosok politisi yang sederhana, citra sebagai sosok politisi yang cinta makanan lokal, citra sebagai sosok politisi yang berjiwa muda, siap berubah dan dinamis. Dari lima kategori, citra sosok politisi yang cinta makanan lokal paling sering muncul yaitu

sebanyak tujuh status.

2. Dalam penulisan *facebook*, Sudikerta menggunakan bahasa sehari-hari, kalimat tidak sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia, dan lebih sering mengunggah status yang pendek-pendek.
3. Dalam penyampaian pesan atau maksud, Sudikerta lebih eksplisit. Ini terlihat dari statusnya pada tanggal 2 dan 6 Februari 2017 dengan menggunakan *#sudikertakerjanya*. *Hashtag* tersebut memperlihatkan bahwa citra yang ingin di bentuk oleh Sudikerta adalah sosok yang bekerja. Status pada tanggal 6 Juni dan 8 November, Sudikerta mengunggah status yang berisi bahwa Sudikerta menginginkan citra sebagai politisi yang melayani masyarakat.
4. Sudikerta memanfaatkan media sosial untuk dapat lebih dekat dengan *followersnya* dengan cara mengunggah status yang meminta sebuah opini kepada *followersnya*, hal ini dilakukan agar terciptanya komunikasi dua arah. Media sosial sendiri memiliki karakteristik yaitu interaksi, sehingga para pengguna dapat melakukan komunikasi dua arah. Komunikasi dua arah ini mampu membuat hubungan yang lebih dekat antara Sudikerta dengan *followersnya* di *facebook*.

6. Daftar Pustaka

Buku

- Andriadi, Fayakhun. *Demokrasi di Tangan Netizen*. Jakarta: RMBooks. 2016.
- Cangara, Hafied. *Komunikasi Politik Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada. 2014
- Eriyanto. *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS. 2001.
- Jefkins, Frank. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga. 2004.
- Nasrullah, Rulli. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana. 2014.
- Nasrullah, Rulii. *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2015.

e-journal dan artikel

- Anshari, Faridhin. 2013. Komunikasi Politik di Era Media Sosial. *Jurnal E-Komunikasi* Vol. 8. No. 1 Tahun 2013.
- Hasan, kamaruddin. 2009. Komunikasi Politik dan Pencitraan (Analisis Teoritis Pencitraan Politik di Indonesia), Vol. 2. No. 4 Desember 2009.
- Kertamukti, Rama. 2015. Instagram dan Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Personal Karakter *Account Instagram @basukibtp*). *Jurnal Komunikasi* Vol. 08. No. 1 Tahun 2015.

<https://www.slideshare.net/mobile/wearesocialsg/digital-in-apac-2016>