



ilmu
komunikasi
LIB

PROCEEDING
KONFERENSI NASIONAL

KOMUNIKASI POLITIK



Proceeding

SEMINAR NASIONAL KOMUNIKASI POLITIK

Copyright © Desember 2014

Pertama kali diterbitkan di Indonesia dalam Bahasa Indonesia. Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak baik sebagian ataupun keseluruhan isi buku dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari pihak penerbit.

Ukuran: 16,5x24 cm; Halaman: 518

ISBN: 978 - 602 - 1642 - 39 - 9

Ditulis oleh:

***Call for Paper* Konferensi Komunikasi Politik**

Diterbitkan oleh:

Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Brawijaya

Dicetak oleh:

Penerbit Intrans

Wisma Kalimetro

Jl. Joyosuko Metro no. 42 Malang, Jawa Timur

Telp. 0341-573650, 7079957 Fax. 0341-588010

Email: redaksi.intrans@gmail.com

intrans_malang@yahoo.com

Daftar Isi

BUDAYA KOMUNIKASI POLITIK DI INDONESIA	1
1. Komunikasi Politik dan Demokrasi Etnis Tionghoa dalam Pemilu 2014 <i>Oleh: Sinta Paramita, SIP, MA</i>	<i>3</i>
2. Kecenderungan Efek Minimal Media dalam Pemilu Legislatif Republik Indonesia Tahun 2014 <i>Oleh: Fiandy Mauliansyah dan Intan Suryaningtyas Zakiah</i>	<i>19</i>
3. Anomali Khalayak dalam Budaya Komunikasi Politik Orang Indonesia di Daerah “Terbelakang” (Analisis Wacana Terhadap Berita-Berita Pada Media Massa Lokal di NTT) <i>Oleh: Jonas Klemes Gregorius Dori Gobang</i>	<i>37</i>
4. Analisi Isi Program Dialog Politik Mata Najwa Terhadap Gaya Komunikasi Politik Rhoma Irama Pra-Pemilihan Umum Legislatif Tahun 2014 <i>Oleh: Sekar Arum Mandalia, S.Sos., M.Si dan Kharisma Nasionalita, S.Sos., MA</i>	<i>53</i>
5. Proses Gugatan Prabowo Hatta dalam Bentuk Komunikasi Lisan Minangkabau <i>Oleh: Rita Gani</i>	<i>65</i>
6. Selebriti dan Kuasa dalam Konteks Politik di Media Baru (Studi Akun Media Sosial Online Selebriti Masa Pemilihan Presiden RI 2014) <i>Oleh: Lidwina Mutia Sadasari</i>	<i>77</i>
7. Kesesuaian Agenda Setting Metro TV dan TV One Terhadap Agenda Publik (Kasus Pemberitaan Korupsi Wisma Atlet dan Hambalang Oleh Pengurus Partai Demokrat) <i>Oleh: Awang Dharmawan, S.Ikom., M.A.</i>	<i>93</i>
8. Analisa Retorika Komunikasi Politik Basuki Tjahaya Purnama dalam Wawancara Khusus Media Massa <i>Oleh: Tito Edy Priandono, M.Si</i>	<i>109</i>

9. Pemilu, Regulator, dan Media: Pengaturan Media dalam Kampanye Pemilihan Umum Legislatif dan Kampanye Pemilihan Presiden Pada Pemilu 2014 <i>Oleh: Mufti Nurlatifah, S.IP., M.A.</i>	129
10. Perubahan Kesadaran Politik Perempuan Pada Pemilu 2014 <i>Oleh: Sulih Indra Dewi dan Akhirul Aminulloh</i>	147
11. Teater Rakyat: Alternatif Komunikasi Politik Bagi Pemilih Marginal (Studi Kasus di Dusun Sembir dan Ngronggo Salatiga) <i>Oleh: Sih Natalia Sukmi</i>	161
12. Manajemen Krisis Dewan Pengurus Wilayah Partai Keadilan Sejahtera Jawa Timur (Studi Kualitatif Manajemen Krisis Humas DPW PKS Jawa Timur Mempertahankan Elektabilitas Partai Pada Pileg 2014) <i>Oleh: Burhanuddin Auza'i</i>	173
13. "Demam" Jokowi dan Bergesernya Budaya Politik Indonesia <i>Oleh: Ellen Meianzi Yasak, S.I.Kom., M.A. dan Abdul Ghofur, S.I.Kom</i>	183
14. Politik Pencitraan dan Demagog Politik (Aplikasi Teori Dependency dalam Maraknya Penggunaan Media dalam Pembentukan Citra) <i>Oleh: Roro Retno Wulan</i>	197
15. Budaya Komunikasi Politik dalam Konsep Kearifan Lokal Masyarakat Solo <i>Oleh: Rini Darmastuti, S.Sos., M.Si</i>	205
16. Siberaktivisme dalam Komunikasi Politik Pemilihan Umum 2014 <i>Oleh: Wisnu Martha Adiputra</i>	219

MEDIA SOSIAL DAN PRAKTIK DEMOKRASI DI INDONESIA ... 237

1. Penggunaan Twitter Kampanye Presidensial 2014 dan Pengaruhnya dalam Memilih Kandidat di Kalangan Mahasiswa Etnis Tionghoa <i>Oleh: Imam Nuraryo, S.Sos., M.A.</i>	239
2. Konstruksi <i>Self Impression</i> Kandidat Presiden Pada Media Baru (Studi Pada Facebook Ir. H. Joko Widodo dan Prabowo Subianto Pada Pemilihan Presiden 2014) <i>Oleh: Dr. Effy Rusfian</i>	257
3. Perang Opini Capres Cawapres di Facebook <i>Oleh: Reny Budilestari</i>	273

4. Aktivitas PR Online di Perguruan Tinggi Jawa Barat <i>Oleh: Prof. Dr. Hj. Neni Yulianita, Dra., MS dan Muhammad E. Fuady., S.Sos., M.Si</i>	287
5. Akun Instagram Ibas Yudhoyono Sebagai Bentuk Penyingkapan Diri <i>Oleh: Suzy Azeharie dan Wulan Purnama Sari</i>	303
6. Meme dan Praktik Demokrasi di Indonesia <i>Oleh: Dorien Kartikawangi</i>	315
7. Twitter dan Benturan Patitokrasi: Perdebatan Ruang Publik dalam Komunikasi Politik Kontemporer Pasca Pengesahan RUU Pilkada 2014 di Indonesia <i>Oleh: Megasari N. Fatanti</i>	329
8. Yang Muda, Yang Berpolitik: Ekspresi Politik Pemilih Pemula Melalui Media Sosial dalam Pilpres Indonesia 2014 <i>Oleh: Santi Indra Astuti</i>	351

LEMBAGA POLLING DAN PRAKTIK DEMOKRASI DI INDONESIA 369

1. Runtuhnya Kharisma Partai (Studi Kasus Pemilihan Bupati Kabupaten Cirebon Putaran Dua Tahun 2013) <i>Oleh: Nurul Chamidah, M.I.Kom; Khaerudin Imawan, M.I.Kom; Arief Rachman, M.Si</i>	371
2. Konsumsi Media Mengenai Polling Politik dan Praktik Demokrasi di Indonesia <i>Oleh: Fitri Norhabiba</i>	387

KONSULTAN POLITIK DAN PRAKTIK DEMOKRASI DI INDONESIA 397

1. Cyber Politik: Transformasi Pemasaran Politik Era Cyber <i>Oleh: Dedi Kurnia Syah Putra dan Indra N.A Pamungkas</i>	399
2. Marketing Politik, Konsultan Komunikasi Andalan di Masa Pilpres 2014 <i>Oleh: Eka Maria Ulfa</i>	411
3. Ketika Jurnalis Tak Lagi Menarik: Fenomena Jurnalis Senior yang Beralih Profesi Menjadi Konsultan Komunikasi Politik <i>Oleh: Dimas Prakoso Nugroho, S.Kom</i>	431

4. Demokrasi A LA Netizen: Fenomena Ruang Publik Pemicu Ke-"Galau"-
an Pemilih Muda
Oleh: Ratri Rizki Kusumalestari 445
 5. Meneropong Konstelasi Dinamika Politik Jawa Timur Melalui Telaah
Marketing Politik Kontestan Pilkada Kabupaten Malang
Oleh: Dr. Bambang D. Prasetyo, M.Si 457
-

AKUN INSTAGRAM IBAS YUDHOYONO SEBAGAI BENTUK PENYINGKAPAN DIRI

Oleh:
Suzy Azeharie
Wulan Purnama Sari
FIKOM Universitas Tarumanegara

Pendahuluan

Edhie Baskoro Yudhoyono atau menyebut dirinya sendiri Ibas atau sedang mempopulerkan akronim namanya sebagai EBY merupakan putra bungsu Presiden Susilo Bambang Yudhoyono sekaligus anggota DPR terpilih tahun 2014 mewakili Daerah Pemilihan VII yang meliputi Ngawi, Magetan, Pacitan, Ponorogo dan Trenggalek. Pendidikannya terakhir adalah dari Nanyang Techonology University dengan major International Political Economy. Sementara karir politiknya dimulai sebagai Sekretaris Jenderal Partai Demokrat periode 2010-2015 mendampingi Anas Urbaningrum. Sebelumnya ia adalah Ketua Departemen Kaderisasi DPP Partai Demokrat.

Sekitar pertengahan tahun 2011, Ibas mulai menggunakan akun Instagram dengan nama buzz_24. Angka 24 mengacu pada tanggal lahirnya yaitu 24 November 1980. Sampai tulisan ini dibuat tanggal 8 Oktober 2014, Ibas telah memposting 320 post dengan jumlah followers 67369 dan hanya memfollow 11 orang yaitu: Audy Wardhana (suami Azima Rajasa), Reza Rajasa (kakak dari Aliyah Rajasa), Boneka (akun milik Annisa Pohan), Agus Yudhoyono, Ani Yudhoyono, Annisa Pohan, Azima Rajasa (adik Aliyah Rajasa), Beautiful Destinations, Okke Rajasa, Rasyid Rajasa dan Aliyah Rajasa. Kesemua nama yang diikuti di atas kecuali Beautiful Destinations merupakan keluarga dekat Ibas.

Tulisan ini akan mencoba menganalisis postingan Ibas di akun Instagramnya dan mengkaitkannya dengan teori penyingkapan diri. Sebagai

seorang yang bergelut dalam dunia politik, postingan Ibas menarik untuk diteliti dan dianalisis.

Pertanyaan yang ingin dijawab adalah bagaimanakah Ibas menyingkapkan dirinya? Hal hal apa saja yang ia singkap kepada publik? Bagaimana ia merespons pesan pesan yang ditujukan kepadanya melalui akun Instagramnya? Sebab sebagai media yang konvergen Instagram juga dapat dimasukan sebagai komunikasi antar personal. Media konvergen sendiri merupakan gabungan antara media komunikasi tradisional maupun internet. Dan untuk mengatakan bahwa sebuah komunikasi antar personal itu efektif, maka menurut Joseph A.DeVito dalam tulisan Alo Liliweri ditandai oleh lima aspek yaitu yang pertama adalah keterbukaan, lalu adanya empati, dilanjutkan dengan sikap mendukung, dan kemudian adanya sikap positif dan terakhir adanya aspek kesetaraan.

Paradigman Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

Paradigma penelitian yang digunakan adalah paradigm kritis dengan metode analisis isi sederhana. Sementara data tulisan ini dikumpulkan dari studi pustaka selain dari media internet, media cetak. Informasi dikumpulkan melalui buku buku dan berbagai dokumen publikasi yang ada. Sementara penelusuran melalui internet memungkinkan didapatnya data dan informasi dengan cepat dan efisien.

Pembahasan

Sebagai makhluk sosial manusia tidak dapat tidak untuk berhubungan dengan manusia lain guna memenuhi kebutuhan fisik maupun sosial mereka. Oleh karena itu manusia harus mampu membina hubungan yang harmonis dengan sesamanya untuk menjamin kebutuhan mereka terpenuhi. Kebutuhan sosial yang akan menjadi pokok bahasan tulisan ini adalah kebutuhan manusia untuk dapat diterima oleh orang lain. Untuk dapat diterima maka terlebih dahulu manusia harus mengungkapkan dirinya pada orang lain.

Penyingkapan diri tersebut lazim dikenal dengan istilah *self disclosure*. Richard West dan Lynn Turner dalam buku yang berjudul *Understanding Interpersonal Communication* mengatakan bahwa *self disclosure* merupakan bentuk komunikasi berwujud pesan tentang diri sendiri. Sehingga *self disclosure* terjadi ketika seorang individu menyampaikan pesan tentang dirinya sendiri kepada orang lain. Dan penyingkapan diri tersebut dilakukan secara sadar dan dilakukan dengan sengaja.

Sementara menurut Fisher dalam Iriantara, *self disclosure* merupakan kajian komunikasi dari perspektif interaksional. Oleh karena itu perhatian utama dalam hal ini adalah aspek interaksi. Dalam interaksi ini pihak pihak yang terlibat adalah komunikator-komunikator sebagai individu-

sosial yaitu individu yang mengembangkan seluruh potensi kemanusiaannya melalui interaksi sosial (Iriantara, 2008:78).

Adapun fungsi *self disclosure* menurut Joseph A. DeVito dalam tulisan Iriantara adalah untuk membantu manusia untuk memahami dirinya dengan baik atau memandang diri sendiri dalam perspektif baru. Fungsi kedua adalah memberi manfaat untuk meningkatkan kemampuan manusia dalam mengatasi masalah yang ada. Selanjutnya fungsi yang ketiga adalah dengan melakukan *self disclosure* maka dapat melepaskan beban psikologis sehingga mampu melanjutkan aktivitas. Dengan *self disclosure* juga dapat membuat orang lain semakin memahami diri kita dan sebaliknya kita pun semakin memahami orang lain. Terakhir fungsi *self disclosure* adalah untuk membangun hubungan personal jadi tidak semata hubungan fungsional.

Komunikasi yang dibangun menjadi komunikasi yang bermakna yang memungkinkan pertukaran kata, pertukaran pikiran dan pertukaran hati (Iriantara, 2008:27).

Akan tetapi bagaimana cara untuk menyingkapkan diri tersebut, berapa banyak yang bisa diungkapkan, bagaimana cara untuk menyingkapkan diri, melalui wahana apa penyingkapan diri tersebut dilakukan, detail apa saja yang mau diungkapkan atau kapan waktu yang tepat untuk penyingkapan tersebut semuanya mengandung resiko apakah orang lain akan menolak atau tidak.

Bagaimana cara untuk menyingkapkan diri tersebut, berapa banyak yang bisa diungkapkan, bagaimana cara untuk menyingkapkan diri, melalui wahana apa penyingkapan diri tersebut dilakukan, detail apa saja yang mau diungkapkan atau kapan waktu yang tepat untuk penyingkapan tersebut semuanya mengandung resiko apakah orang lain akan menolak atau tidak.

New Media

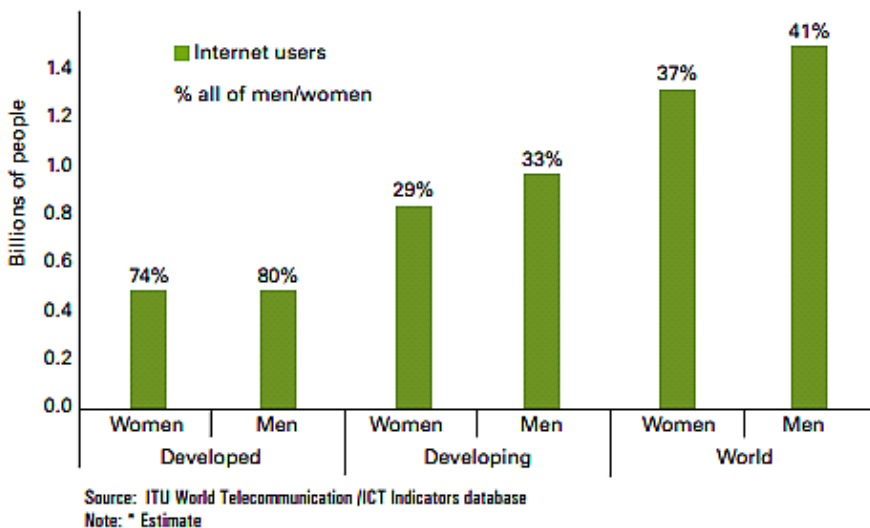
Pada kurang lebih dua dekade terakhir ini internet muncul sebagai media baru yang digunakan orang untuk berkomunikasi. Kemunculan media baru ini tidak ayal lagi telah menggeser penggunaan media tradisional seperti media cetak dan elektronik lainnya. Pengantar pos yang sekitar 10 tahun yang lalu masih dapat dilihat berkeliling mengantarkan surat dengan menggunakan sepeda lalu berganti sepeda motor berwarna oranye terang kini hampir tidak pernah melintas lagi.

Kehadiran media baru dalam format yang lebih efisien dapat menembus ruang dan waktu dalam format yang relatif lebih sederhana. Dunia seakan ada bersatu di bawah jempol jari seseorang. Hal tersebut dikatakan pula oleh Marshall McLuhan dalam buku Apriadi Tamburaka yang mengatakan bahwa dampak hadirnya media baru maka terwujudlah konsep *global*

village. Hal tersebut dikarenakan komunitas dunia maya terbentuk akibat jaringan internet yang menghubungkan antara komputer satu dengan komputer lain dan antara gadget yang satu dengan gadget yang lain (Tamburaka, 2013:75). Manusia sekarang dapat bertukar informasi dalam dunia virtual tidak terbatas oleh ruang dan waktu.

Berhubungan melalui internet di dunia digital menjadi sangat menyenangkan karena menurut Ardianto, Komala dan Karlinah, internet dapat dijadikan tempat penyimpanan yang sempurna dalam membuat siaga dan menghimpun orang dalam jumlah yang massif dan hal tersebut dilakukan secara elektronik (Ardianto et al,2012:153).

Penggunaan internet semakin meningkat dari tahun ketahun. Berdasarkan data dari Internet World Stas: Usage and Population Statistics diketahui bahwa bulan Maret 2013 terdapat sekitar 2,749 milyar pengguna internet di dunia. Dan apabila dikategorikan berdasarkan gender maka pengguna internet tersebut dapat dibagi sebagai berikut:



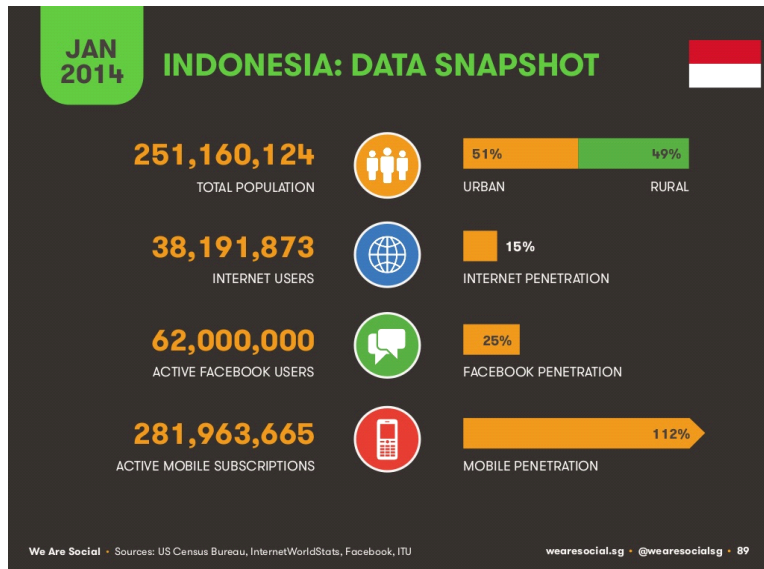
(Sumber: <http://Internetworldstats.com/stats.htm>, diunduh tanggal 8 Oktober 2014 jam 08.30).

Situs Internet World Stats ini merupakan sebuah situs internasional yang melakukan penelitian mengenai penggunaan internet di lebih 233 negara. Dan dari hasil penelitian terungkap bahwa pengguna internet meningkat dari 1,15 milyar di tahun 2007 menjadi 2,27 milyar di awal tahun 2012 (Kusuma,2013:16).

Dari grafik di atas diketahui bahwa lebih banyak laki laki yang menggunakan internet daripada perempuan, yaitu 41% berbanding 37%. Yang

menarik adalah di negara negara maju perbandingan antar gender itu semakin menipis yaitu 475 juta pengguna perempuan berbanding 483 juta pengguna laki laki. Akan tetapi di negara berkembang perbedaan pengguna internet berdasarkan gender ini cenderung meluas yaitu perempuan 826 juta dan laki laki 980 juta pengguna.

Sementara data pengguna internet untuk Indonesia juga menunjukkan kemajuan yang signifikan. Data di bawah ini menunjukkan penggunaan internet pada tahun 2014 :



(Sumber: <http://id.techinasia.com/statistik-pengguna-internet-di-dunia-dan-indonesia-slideshow/>, diunduh tanggal 8 Oktober 2014 jam 11.35).

Dari grafik di atas nampak bahwa penggunaan internet di negara kita banyak dimanfaatkan untuk berkomunikasi melalui media sosial seperti melalui *facebook*, dengan 62 juta orang pengguna.

Media Sosial

Media sosial merupakan media *online* bagi para penggunanya sehingga menurut Prahastiwi Utari, para penggunanya dapat berpartisipasi dengan mudah sekaligus berbagi informasi dengan cara menyampaikan pesan kepada orang lain selain menyatakan komentar terhadap pesan yang diterima (Utari, 2011:49).

Sementara pendapat lain datang dari Asep Syamsul M.Romli yang mengatakan bahwa media sosial dipakai oleh penggunanya untuk menciptakan dan berbagi pesan yang bisa dikemas dalam jejaring sosial, blog maupun dunia virtual. Dengan menciptakan dan berbagi pesan tersebut

maka pengguna media sosial menurut M.Romli mengajak semua orang yang tertarik untuk ikut serta dalam memberikan kontribusi dan memberikan *feedback* secara terbuka, berkomentar, berbagi mengenai informasi tentang apa saja maupun kapan saja dengan kecepatan penyebaran dalam hitungan detik. Dengan menggunakan media sosial maka para penggunanya mampu memenuhi kebutuhan untuk aktualisasi diri dan menciptakan *personal branding* (Romli, 2012:104). Istilah yang digunakan untuk kelompok ini adalah "eksis". Karena para penggunanya dapat membuat profil diri sendiri dan membentuk jaringan pertemanan serta mengunggah foto pribadi sekaligus dengan cara demikian menyingkapkan diri kepada orang lain.

Walaupun seperti yang terlihat pada grafik di atas media sosial yang paling populer adalah *facebook* tapi Instagram juga menjadi salah satu favorit pengguna media sosial di tanah air. Data dari Teknopreneur menunjukkan bahwa penggunaan Instagram meningkat 10 kali lipat dan diunduh hampir 250.000 kali per hari di Google Play dengan waktu rata-rata yang digunakan orang untuk berselancar di Instagram 257 menit dibandingkan dengan 170 menit untuk twitter (<http://www.teknopreneur.com/web-social-network/pengguna-aplikasi-instagram-meningkat-sepuluh-kali-lipat>).

Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang kini sedang menjadi trend dunia. Aplikasi Instagram ini memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagi hasil foto tersebut ke berbagai media sosial lainnya. Aplikasi Instagram memiliki kelebihan dibandingkan dengan aplikasi sejenisnya, karena salah satu fitur uniknya adalah dapat memotong foto menjadi bentuk persegi sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan Polaroid.

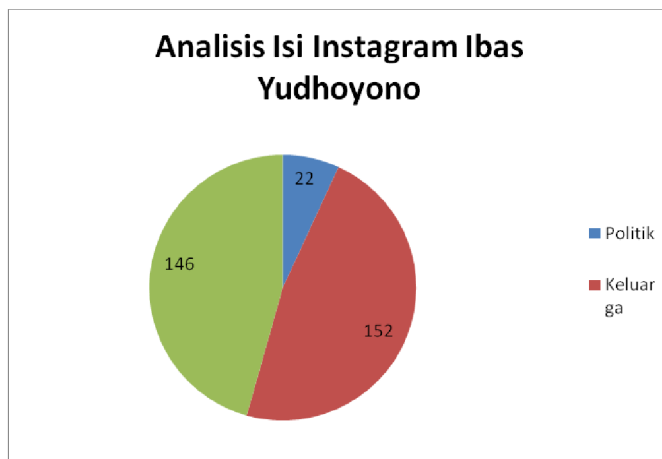
Kelahiran aplikasi Instagram ini dimulai oleh dua orang pemikir kreatif bernama Kevin Systrom dan Mike Krieger. Pada tahun 2010 Systrom menghasilkan sebuah produk yang diberi nama Burbn, yang merupakan aplikasi dasar yang memiliki empat tab, penggunaannya dapat "move" atau mengecek sesuatu yang baru dan juga dapat memposting rencana dan mengumumkan rencana. Aplikasi Burbn ini tidak begitu laku dikarenakan belum sempurnanya penggunaan HTML5, yang justru terjadi adalah para pengguna Burbn aktif mengunggah foto biasa kehidupan sehari-harinya (www.tempo.co/read/news/2012/04/11/061396185/kisah-instagram-dari-0-ke-Rp-91-triliun)

Dari sumber yang sama diketahui bahwa kemudian Systrom bertemu dengan Krieger yang melengkapi kekurangan Burbn. Kolaborasi kedua orang ini melihat trend para pengguna Burbn tersebut dan mulai mempelajari tentang aplikasi populer lainnya dari kategori fotografi. Akhirnya mereka

merombak Burbn dan melahirkannya kembali tepat pada 20 September 2010, Systrom dan Krieger meluncurkan Instagram, yang hanya dalam waktu setahun Instagram sudah diunduh oleh 31 juta pengguna. Kepopuleran Instagram yang terus meningkat ini juga mendorong nilai jualnya yang mencapai 1 miliar US ketika dibeli oleh *Facebook* pada tahun 2012 kemarin.

Nama Instagram berasal dari pengertian keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata "Insta" berasal dari kata "Instan", seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan". Sedangkan kata "Gram" berasal dari kata "Telegram", karena cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Oleh karena itulah instagram berasal dari "Instan-Telegram" (www.gempak.org, tanggal 15 Mei 2014, diunduh tanggal 13 Oktober 2014 jam 09.26).

Pembahasan



Dari grafik di atas tampak bahwa Ibas Yudhoyono relatif lebih banyak *memposting* foto keluarganya yaitu 152 posting dari total 320 posting. Seperti diketahui Ibas Yudhoyono menikah dengan Aliyah Rubi Rajasa, putri tertua Ketua Umum PAN Hatta Rajasa. Mereka bertunangan pada bulan April 2011 dan melangsungkan akad pernikahan di Istana Cipanas tanggal 24 November 2011 disusul resepsi megah di Jakarta Convention Centre pada tanggal 26 November 2011 (Detik.Forum tanggal 24 November 2011, diunduh pada tanggal 13 Oktober 2014 pukul 08.05). Aliyah melahirkan Airlangga Satriadi pada Senin 24 Desember 2012 (Kompas.com tanggal 24 Desember 2012, diunduh tanggal 13 Oktober 2013 jam 08.15).

Dari 320 *posting* maka Ibas hanya *memposting* 22 gambar yang dapat diklasifikasikan sebagai kegiatan politik. Hal tersebut menarik untuk dicermati karena Ibas Yudhoyono sebelum terpilih sebagai anggota DPR

periode 2014-2019 merupakan Sekretaris Jenderal Partai Demokrat sekaligus mantan anggota DPR. Ia mengundurkan diri sebagai anggota DPR tahun 2013 karena didapati tidak mengikuti Sidang Paripurna DPR akan tetapi menitip absensi. Hal tersebut melanggar Pakta Integritas partai Demokrat yang dibuat oleh ayahnya SBY (Lensa Indonesia tanggal 14 Februari 2013, diunduh tanggal 13 Oktober 2014). Dan dalam dinamika perkembangan politik yang baru saja lalu, Ibas ditunjuk menjadi Ketua Fraksi Partai Demokrat di DPR menggantikan Nurhayati Assegaf.

Postingan Ibas mengenai kegiatan politiknya antara lain postingannya ketika ia bersepeda onthel dan sedang melambai pada masyarakat sekitar. Dari 22 buah postingannya maka postingan ini merupakan salah satu postingan yang ramai mendapatkan tanggapan *followersnya* karena Ibas menulis *caption* "silaturahmi dan menyapa petani sayur mayur dengan sepeda onthel agar ketahanan pangan produktif terjaga". Beberapa *followers*-nya mempertanyakan apa hubungan antara mengendarai sepeda onthel dengan ketahanan pangan produktif? Akan tetapi, Ibas bergeming dan tidak menanggapi pertanyaan yang ditujukan kepadanya. Kenyataan bahwa komentar maupun pertanyaan yang diajukan *followersnya* tersebut tidak ia tanggapi, memperlihatkan bahwa Ibas tidak memiliki intensi untuk meningkatkan hubungannya dengan para *followersnya*. Dia juga tampaknya tidak bermaksud meningkatkan penyingkapan dirinya itu sebagai media untuk mengakrabkan diri ataupun untuk mengurangi ketidak pastian para *followersnya* yang ingin mengetahui lebih jauh tentang kegiatannya. Ibas Yudhoyono juga tampaknya tidak berniat membuat hubungannya dengan *followersnya* bersifat timbal balik. Aspek aspek yang sebenarnya ditekankan dalam penyingkapan diri sebagaimana dikemukakan oleh Yosai Iriantara (2008: 79).



Postingan lain yang dimasukkan dalam kategori postingan politik menunjukkan gambar Ibas sedang mengatupkan kedua tangannya dan mengucapkan Selamat Idul Fitri 1434 H.

Sebuah postingan Ibas lainnya di atas yang diposting sekitar tiga bulan yang lalu menjadi bukti bahwa ia tidak berniat menjadikan hubungannya dengan *followers*nya menjadi hubungan yang bermakna. Ketika Ibas memposting gambar singkatan dirinya "EBY" salah seorang *follower*nya yaitu Fahira Siregar menulis sebagai berikut, "Abg boleh minta say hbd buat aku ga yang ke 17?". Akan tetapi Ibas bergeming dan tidak memberikan respons dengan mengucapkan selamat berulang tahun ke 17 kepada Fahira Siregar. Sebuah komunikasi interpersonal menurut Joseph DeVito dalam Alo Liliweri baru dapat dikatakan efektif bilamana di dalamnya terdapat keterbukaan, empati, bersifat mendukung, bersikap positif dan meletakkan diri sejajar (Liliweri,1997:12).



Apa yang membuat Ibas bersikap seperti itu? Padahal dia adalah politisi yang dalam Pemilihan Umum secara langsung memerlukan suara rakyat?. Penyebabnya bisa bermacam macam. Mungkin karena perkembangan teknologi komunikasi yang pesat dan membuat manusia menjadi lebih individual. Manusia juga didukung tingkat egoisme yang tinggi merasa dapat melakukan hal apapun tanpa orang lain. Dalam posisi Ibas sebagai anak Presiden dan petinggi Partai Demokrat mungkin ia merasa mampu melakukan hal apapun tanpa bantuan orang lain. Penyebab lainnya mungkin karena Ibas merasa *followers*nya tidak setara, tidak equal dengan dirinya.

Temuan lain yang menarik dari tulisan ini adalah Ibu Negara Ani Yudhoyono sangat tangkas dan responsif dalam mengomentari foto foto postingan Ibas di media Instagram. Misalnya ketika 13 bulan yang lalu Ibas memposting fotonya ketika sedang menggendong anaknya dan Ibas mengenakan kaos berleengan pendek warna kuning sehingga ada yang mengomentari foto tersebut, maka Ibu Ani mengomentari "Siippi uncle Ibas, be yourself. I love you".

Komentar tangkas lainnya yang datang dari Bu Ani adalah ketika tanggal 17 Agustus 2013 Ibas memposting fotonya bersama kakaknya Agus Harimurti maka Ibu Ani mengomentari *"My boys, keep calm and compact. I always pray for you where ever you are. I love you so much"*. Komentar bu Ani ini menjadi olok olok karena dianggap tidak sesuai dengan tata Bahasa Inggris. Postingan lain yang mendapat komentar cukup pedas dari bu Ani adalah ketika Ibas memposting sekitar dua bulan yang lalu foto ketika ia menggendong anaknya yang ia sebut *"My Little Gatsby"* dan kemudian ada yang mengomentari bahwa *"Ayahnya aja ganteng apalagi anaknyaaaa"*. Entah mengapa ibu Ani kemudian mengomentari *"Dua2nya ganteng. Gak usah dengar suara orang yang suka sirik. Maju terus anak dan cucuku. Allah selalu melindungimu. Do'a pepo dan memo senantiasa menyertai kalian. Cc @tarieduardw"*.

Kesimpulan

Media Instagram yang dimiliki Ibas Yudhoyono tidak ia jadikan sebagai media untuk melancarkan pesan pesan politik maupun visi dia sebagai salah seorang politisi. Hal tersebut terbukti dari postingan foto yang ber-muatan politik hanya ia posting sebanyak 22 buah dibanding postingan dia tentang keluarganya dan perjalanan pribadinya sebanyak 152 buah. Ibas Yudhoyono belum mengoptimalkan pemanfaatan Instagram sebagai media berpolitiknya.

Sebagai seorang politisi dari Partai Demokrat dan sekarang menjabat sebagai Ketua Fraksi Partai Demokrat di DPR maka Ibas Yudhoyono tampaknya tidak memanfaatkan media sosial Instagram sebaik baiknya sebagai wahana untuk mendekatkan dirinya dengan *followersnya*. Hal tersebut terbukti dengan nyaris tidak pernah ia membalas pertanyaan maupun komentar para *followersnya*. Komentar dari ibunya juga tidak pernah ia tanggapi. Tampaknya bagi Ibas Yudhoyono setelah ia memposting suatu foto maka persoalannya dianggap selesai.

Efektifitas komunikasi yang menurut DeVito meliputi lima aspek seperti keterbukaan, empati, mendukung, positif dan setara tidak tampak dari cara-cara Ibas dalam menggunakan media Instagram. Penyingkapan diri yang dilakukan dan menurut Iriantara meliputi elemen akrab, ada ganjaran,

mengurangi ketidak pastian dan bersifat timbal balik juga tidak tampak dari pemakaian Instagram Ibas. Hal tersebut cukup aneh karena pada saat banyak sekali tokoh tokoh politik dunia maupun tokoh politik nasional yang menggunakan berbagai media sosial untuk meraih konstituen, mencoba meraih simpati konstituen, dengan mengirim pesan pesan politik Ibas tampak tidak mepedulikan hal tersebut.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro et al. (2005). Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Bandung.
- Simbiosis Rekatama Media.
- Iriantara, Yosol. (2008). Komunikasi Antarpribadi. Jakarta. Universitas Terbuka.
- Liliweri, Alo. (1997). Komunikasi Antarpribadi. Bandung. Citra Aditya Bakti.
- Moleong, J.Lexy. (2005). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya
- Romli,Asep Syamsul.M (2102). Jurnalistik Terapan. Jakarta.
- Tamburaka, Apriadi (2013). Literasi Media. Jakarta. Rajawali Press.
- West, Richard dan Lyn H Turner. (2008) Pengantar Teori Komunikasi : Analisis dan Aplikasi. Jakarta.Salemba Humanisa

Sumber Internet :

- www.tempo.co/read/news/2012/04/11/061396185/kisah-instagram-dari-0-ke-Rp-91-triliun
- <http://Internetworldstats.com/stats.htm>, diunduh tanggal 8 Oktober 2014 jam 08.30.
- Kompas.com tanggal 24 Desember 2012,diunduh tanggal 13 Oktober 2013 jam 08.15.
- www.gempak.org, tanggal 15 Mei 2014, diunduh tanggal 13 Oktober 2014 jam 09.26.
- Detik.Forum tanggal 24 November 2011,diunduh pada tanggal 13 Oktober 2014 pukul 08.05.
- <http://id.techinasia.com/statistik-pengguna-internet-di-dunia-dan-indonesia-slideshow/>,diunduh tanggal 8 Oktober 2014 jam 11.35.

PROCEEDING

PROCEEDING

PROCEEDING

ISBN: 978-602-1642-39-9



9 786021 642399