

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Penelitian ini berfokus pada penggambaran citra presiden Joko Widodo dalam konten karikatur di media Instagram @tempodotco. Tempo sebagai perusahaan media menggambarkan bagaimana citra yang muncul pada presiden Joko Widodo menggunakan simbol atau tanda yang terdapat dalam konten karikatur Instagram @tempodotco. Simbol atau tanda dalam pesan tersebut kemudian dapat membentuk persepsi pada masyarakat dan kemudian dapat membangun suatu citra pada tokoh politik.

Tokoh politik seringkali diangkat oleh media massa untuk menjelaskan peristiwa-peristiwa politik saat ini. Tokoh dan peristiwa politik diangkat dikarenakan dua faktor; pertama, politik yang saat ini berada di era mediasi, yaitu media massa. Kedua, peristiwa politik yang selalu mempunyai nilai berita. Maka, liputan terhadap kegiatan politik akan mengisi media massa setiap harinya (Hamad, 2004, p. 1). Dalam membangun suatu citra, media massa umumnya melakukan tiga hal yang berkaitan dalam pembentukan opini publik. Pertama, dengan menggunakan simbol politik. Kedua, melaksanakan strategi pengemasan pesan. Dan ketiga, melaksanakan *agenda setting* media. Ketiga hal tersebut juga dipengaruhi oleh faktor-faktor internal seperti kebijakan redaksional, dan juga faktor eksternal seperti kebutuhan pasar pembaca atau pemirsa, sistem politik, dan kekuatan luar lainnya. Sehingga, liputan media mengenai peristiwa politik dan juga

tokoh politik sudah menjadi salah satu kegiatan perusahaan media dalam membangun suatu industri, tak terkecuali dalam menghadirkan peristiwa politik, media massa tentunya perlu juga memperhatikan kepuasan khalayak sebagai pemenuhan terhadap pasar (Hamad, 2004, pp. 2–3).

Dalam memenuhi kebutuhan informasi, media tentu menghadirkan suatu liputan dengan menggunakan cara-cara yang tentu dapat menarik perhatian khalayak. Selain dengan menggunakan pesan seperti teks wacana, media juga menggunakan pesan visual untuk membangun berita yang menarik. Karya karikatur sebagai salah satu pesan visual, seringkali memberi kesan lucu dan menggelitik sehingga menurut pembaca, pesan kritikan yang disampaikan tidak terlalu melecehkan atau mempermalukan tokoh. Karikatur merupakan gambaran seorang sebagai bentuk pesan yang disampaikan oleh media untuk memberikan pesan *satire* terhadap gejolak politik. Karikatur digunakan juga untuk membangun citra politik oposisi melalui pesan visual (Crafton, 1990, pp. 6–7). Maka, karikatur seringkali memuat tokoh politik dalam suatu liputan media.

Karikatur sebagai gambar satir pada akhirnya merupakan salah satu bagian dari kartun yang memuat tokoh-tokoh orang yang dianggap terkenal dan ditampilkan secara lebih humoristis dengan menggunakan pemiuhan atau disebut sebagai distorsi pada bagian tubuh atau wajah tokoh tersebut (Yudiarti, 2012, p. 3). Kuss Indarto dalam bukunya (1999, p. 1), juga mengatakan bahwa, karikatur merupakan hasil dari suatu karya seni manusia berupa gambar. Dengan memahami gambar karikatur, perlu juga memahami referensi sosial, dan oleh karena itu, makna sosial yang terkandung dalam karya karikatur, tidak dapat dipisahkan terhadap sang

karikaturis dengan lingkungan sosialnya. Sehingga, tokoh politik dalam suatu karya karikatur digambarkan berkaitan dengan lingkungan sosial dengan menambahkan pemiuhan pada gambar.

Penggunaan karikatur ditujukan selain membentuk pesan kritik, juga digunakan untuk membangun citra politik. Media massa menjadi pemeran penting dalam komunikasi politik untuk membangun suatu citra terhadap peristiwa-peristiwa politik suatu pemerintahan. Dalam hal ini, citra politik merupakan gagasan mengenai identitas seorang tokoh politik yang dihadirkan media untuk mengkonstruksi atau mempresentasikan kepada khalayak terhadap individu. Didalamnya terdapat atribut-atribut untuk membentuk kesan pada tokoh politik (Pratiwi, 2018, pp. 18–20). Citra politik dibentuk berdasarkan informasi yang diterima melalui media massa untuk menyampaikan informasi politik secara umum dan aktual untuk membentuk opini publik (Muchtar, 2016, p. 139). Maka citra politik seringkali berkaitan dengan bagaimana tokoh politik dihadirkan oleh media massa untuk menciptakan persepsi kepada khalayak.

Pada tahun 2020, kedatangan Covid-19 di Indonesia memunculkan upaya pemerintahan dalam mengatasi pandemi yang sedang terjadi. Kebijakan yang muncul sebagai upaya pemerintah mengatur kehidupan sosial dan vaksinasi saat pandemi Covid-19 tentu menjadi sorotan oleh masyarakat dan media Indonesia. Masyarakat melihat bagaimana kebijakan pemerintah berkaitan dengan berita-berita mengenai Covid-19 yang diangkat oleh media, menimbulkan berbagai pandangan. Pandangan tersebut menyebabkan rasa percaya atau tidak percaya pada kegiatan vaksinasi. Pada *website* portal berita nasional.kontan.co.id melalui hasil

survei *Saiful Mujani Research & Consulting* atau disingkat SMRC, disebutkan bahwa kepercayaan masyarakat terhadap vaksinasi saat itu mengalami penurunan.

"Sekitar 56% warga percaya atau sangat percaya vaksin Covid-19 yang disediakan pemerintah aman bagi kesehatan penggunanya. Adapun masyarakat yang tidak percaya 23% dan yang tak punya sikap 21%," ujar Manajer Kebijakan Publik SMRC, Tati Wardi, saat membacakan survei, Selasa (22/12). Tati menyatakan, berdasarkan data tersebut, tingkat kepercayaan masyarakat mendekati rencana vaksinasi justru semakin menurun. Sebab, dalam survei SMRC pada 2-5 Desember lalu, tingkat kepercayaan masyarakat terhadap vaksin corona mencapai 66%. (Nurdiana, 2020)

Berita mengenai vaksinasi sudah banyak beredar di masyarakat melalui *platform online* dan salah satunya sosial media. Sebagai presiden, Joko Widodo berpengaruh pada kebijakan-kebijakan pemerintahan termasuk adanya vaksinasi. Joko Widodo menjadi sorotan oleh beberapa media, salah satunya adalah perusahaan media Tempo. Media Tempo sendiri merupakan media independent. Hal ini dijelaskan pada *website* Tempo ketika sang pendiri mencetuskan nama "Tempo" menjadi suatu perusahaan. Saat berdirinya media Tempo ingin menunjukkan kebebasannya dalam dunia pers, maksudnya adalah Tempo menjadi media independent yang menolak kepentingan partai politik dan berusaha menjadi media yang kritis, tidak terikat dengan adanya pengaruh-pengaruh kepentingan politik. Sehingga, media Tempo bebas dalam membentuk citra seorang tokoh politik seperti Joko Widodo.

Joko Widodo merupakan presiden ketujuh Republik Indonesia yang menjabat sejak tahun 2014. Sebelumnya, Joko Widodo menjabat sebagai Walikota Solo pada tahun 2005 – 2012 dan Gubernur DKI Jakarta pada tahun 2012 – 2014 bersama wakilnya Basuki Tjahja Purnama. Joko Widodo sendiri berasal dari keluarga miskin

yang ayahnya, Noto Mihardjo, bekerja sebagai tukang kayu untuk menafkahi kebutuhan hidup keluarganya (Elison, 2018, p. 28). Karena latar belakang kehidupannya, Joko Widodo dikenal sebagai presiden yang memiliki citra pada publik yang khas. Joko Widodo selalu tampil sebagai tokoh politik yang kental akan suasana kerakyatan, apa adanya, dan tidak dibuat-buat. Kehidupan Joko Widodo yang sederhana mencerminkan simbol kerakyatan, lugas dan mudah dipahami oleh masyarakat Indonesia (Sulistijanto, 2018, p. 8). Dalam bukunya, Sulistijanto (2018, p. 17) mengatakan jika citra Joko Widodo sudah dikenal oleh publik sebagai orang yang mampu mengambil langkah-langkah tegas. Joko Widodo dikenal memiliki *brand* yang kuat sebagai pemimpin yang bersih, jujur, transparan, dan pekerja keras. Joko Widodo juga tidak memberikan ruang kepada siapa saja dan tidak menoleransi pelanggaran hukum, baik korupsi, narkoba, *illegal fishing*, *illegal logging*, pungli dan lainnya.

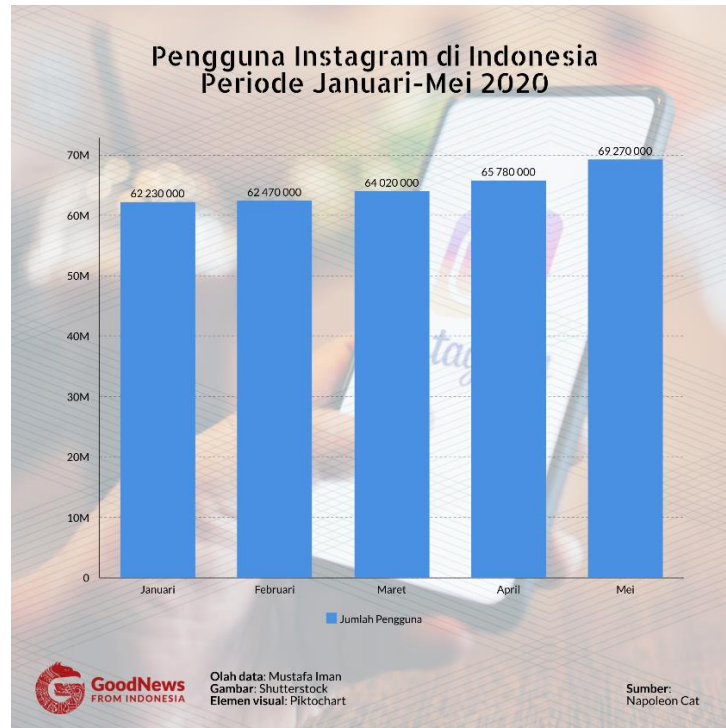
Selama pandemi Covid-19 berlangsung, perusahaan media Tempo melihat bahwa Joko Widodo sebagai presiden berpengaruh terhadap kebijakan-kebijakan mengenai pandemi dan vaksinasi. Isu mengenai pandemi dan vaksinasi menjadi sorotan karena terdapat gejolak politik antara pemerintahan dan masyarakat Indonesia yang saat itu sedang mengalami pandemi Covid-19. Hal ini berhubungan dengan bagaimana kebijakan-kebijakan tersebut mempengaruhi masyarakat Indonesia. Peristiwa tersebut kemudian diangkat oleh Tempo sebagai berita politik dengan memberikan figur Joko Widodo sebagai tokoh politik.

Selain sosok presiden Joko Widodo ditampilkan dalam konten-konten karikatur yang diunggah di Instagram @tempodotco, Tempo juga mengangkat

tokoh-tokoh yang terlibat dalam pengupayaan penanganan Covid-19 di Indonesia seperti Luhut Binansar Panjaitan, Sri Mulyani, Erick Tohir dan menteri-menteri lainnya, serta Satgas Covid-19 seperti WHO dan IDI. Namun kebijakan pemerintahan terpusat pada kepala negara, yaitu presiden. Maka dalam hal ini, mengangkat sosok Joko Widodo sebagai tokoh politik di masa pandemi Covid-19 dan vaksinasi dapat membentuk bagaimana citra seorang presiden digambarkan sebagai pemimpin negara. Dengan menggunakan media sosial seperti Instagram, Tempo dapat dengan cepat membangun persepsi atas citra suatu tokoh politik di masyarakat.

Sebagai salah satu media sosial, Instagram membantu terjadinya percepatan penyebaran pesan. Hal ini dikarenakan berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi yang kemudian dimanfaatkan oleh perusahaan media seperti Tempo. Aktifitas Instagram berbeda dengan beberapa media lainnya. Instagram lebih berfokus sebagai media visual daripada hanya sekedar pesan teks. Instagram sendiri merupakan aplikasi yang menampilkan dan mengirimkan informasi berupa foto atau gambar. Oleh karena itu, Instagram dapat diartikan sebagai bagian dari komunikasi visual yang dapat membentuk citra seseorang (Kertamukti et al., 2015, p. 58). Instagram sendiri mengalami kelonjakan saat masa pandemi Covid-19 di Indonesia karena terdapat pengaruh kebijakan yang serba *online* dan *work from home* (Gambar I.2).

Gambar I.1
Data Pengguna Instagram di Indonesia Januari – Mei 2020



Sumber: goodnewsfromindonesia.id

Sehingga dari pengertian diatas, Instagram menjadi media visual untuk membentuk citra dan digunakan oleh media Tempo dalam memberikan informasi secara cepat dan meluas kepada masyarakat Indonesia sekaligus menarik perhatian khalayaknya untuk melihat peristiwa politik yang ada.

Pandemi dan vaksinasi menjadi peristiwa politik yang diangkat Tempo melalui karikatur mencoba memberikan pesan kepada khalayak dengan menampilkan visual-visual berkaitan dengan tokoh Joko Widodo. Peneliti melihat terdapat beberapa media lain yang juga mengangkat pesan karikatur mengenai isu Joko Widodo dengan pandemi Covid-19 dan vaksinasi seperti; majalah Gatra

(Instagram: @gatramediagroup.official), CNBC (Instagram: @cnbcindonesia), dan juga Detik (Instagram: @detikfinanceofficial).

Gambar I.2

Konten Karikatur Jokowi di Media Lainnya



Sumber: Instagram @cnbcindonesia, @detikfinanceofficial, @gatramediagroup.official

Namun tidak sesering pemberitaan tersebut muncul seperti media Tempo, citra Joko Widodo tidak ditunjukkan dengan beragam simbol – simbol yang *implicit* dan kurang mengangkat sisi konflik atau humor dalam kehidupan politik. Sedangkan, Tempo memiliki kekhasan dalam menyajikan karya karikatur yang kemudian

menjadi pembeda daripada media-media lainnya yang juga merupakan media massa di sosial media Instagram.

Peneliti melihat terdapat tiga konten karikatur yang menarik diunggah oleh Tempo yang mengangkat tokoh Joko Widodo (Gambar I.4). Pertama, konten Joko Widodo menggunakan atribut mirip seperti poster film *Cobra* yang tayang pada tahun 1986. Kedua, kebijakan vaksinasi dengan unsur Joko Widodo bersama karpet merah. Ketiga, Joko Widodo dengan wajah tersenyum sedang mencoret harga biaya vaksin.

Gambar I.3
Tiga Konten Cover Story Tempo



Sumber : Instagram @tempodotco

Joko Widodo dalam konten-konten karikatur diatas (Gambar I.3) digambarkan sebagai sosok yang berbeda dengan realitas Joko Widodo. Penggambaran yang kontras diperlihatkan pada karikatur yang memuat kemiripan dengan poster film *Cobra* yang ditayangkan pada tahun 1986. Pada film *Cobra*, sosok Sylvester Stallone sebagai pemeran utama menggambarkan polisi yang menggunakan cara anarkis dalam menuntus kriminalitas. Selain keterkaitan pada film *Cobra* (1986), atribut pakaian Joko Widodo yang ditampilkan dalam konten karikatur Tempo

berbeda dengan bagaimana Joko Widodo selalu tampil di media-media. Umumnya, Joko Widodo menggunakan kemeja putih dan celana hitam. Sehingga, kemeja putih dan celana hitam sudah dianggap sebagai citra yang melekat pada tubuh Joko Widodo bahwa hal itu menunjukkan kesederhanaan. Namun dalam konten karikatur tersebut, Joko Widodo berpakaian serba hitam dan mengangkat alat injeksi jarum suntik. Hal ini mengundang makna yang berbeda dari harmonis yang biasa ditampilkan Joko Widodo sebagai tokoh politik.

Pada karikatur “Karpets Merah Vaksinasi Mandiri”, digambarkan Joko Widodo sedang melentangkan tangan dengan adanya karpets merah. Karpets merah sendiri seringkali diperuntukan kepada kaum-kaum pejabat dengan kesan kemewahan, citra megah dan status kasta tertinggi. Tentu saja, penggunaan atribut karpets merah mencoba menunjukkan keterbalikan realitas Joko Widodo yang dikenal sederhana. Kesederhanaan Joko Widodo ingin menunjukkan nilai-nilai kesetaraan dengan masyarakat. Tujuan agar terlihat setara adalah agar mendapatkan rasa penghormatan kepada masyarakat.

Pada konteks lain, terdapat karikatur Joko Widodo mencoret biaya vaksinasi diganti dengan tulisan “gratis”. Joko Widodo ditampilkan tersenyum lebar dengan memegang spidol sebagai alat tulis dan tetap menggunakan ciri khas kemeja berwarna putih. Dalam hal ini, senyum Joko Widodo pada gambar karikatur seakan dihadirkan sebagai atribut yang menunjukkan gugup dan ragu dalam mengganti-ganti kebijakan, sehingga menimbulkan kesan tidak tegas dan plin-plan. Sehingga citra Joko Widodo tidak tampak sebagai pemimpin yang tegas.

Penggunaan teks pendek dalam gambar juga digunakan sebagai keterangan yang memperkuat konteks pesan berita pada konten karikatur Tempo. Kalimat singkat ini ada untuk memberikan penjelasan apa yang sedang terjadi pada peristiwa-peristiwa realitas. Informasi singkat yang dihadirkan menunjukkan poin utama pada koran Tempo. Teks singkat tersebut sebenarnya digunakan untuk memberikan kejernihan agar mudah dipahami oleh audiens sebagai bahasa komunikatif (Dewabrata, 2004, pp. 15–16).

Sebagai media yang mengkritik tokoh Joko Widodo melalui konten karikatur, peneliti melihat karikatur Joko Widodo digambarkan oleh media dengan berbagai atribut simbol atau tanda yang digunakan untuk membentuk citra tokoh Joko Widodo. Dalam hal ini, dugaan awal oleh peneliti pada ketiga konten karikatur menjelaskan terdapat 3 makna dominan yang berbeda namun dengan konklusi yang sama. Karikatur pertama, atribut dan gestur tubuh Joko Widodo mencoba menghadirkan cerminan dari tindakan radikal. Karikatur kedua, Joko Widodo dengan gestur ajakan kedua tangan terbuka lebar menunjukkan keangkuhan dan terdapat karpet merah sebagai simbol kemewahan, kedua tanda tersebut tidak mencerminkan kesederhanaan tapi mencerminkan pemimpin sombong. Dan karikatur ketiga, Joko Widodo yang tersenyum memberikan kesan gugup dan ragu memberi makna ketidaktegasan atau plin-plan. Simbol dan tanda yang muncul berkaitan dengan atribut atau gestur pada konten karikatur digunakan sebagai pesan non-verbal. Maka, ketiga konten tersebut mencoba memberikan suatu makna citra yang buruk pada Joko Widodo dalam memberikan kebijakan vaksinasi dan menghadapi pandemi Covid-19.

Berdasarkan pada fenomena yang dijabarkan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Penggambaran Citra Presiden Joko Widodo Dalam Konten Karikatur Visual Instagram @Tempodotco”. Dengan melihat isu mengenai kebijakan pandemi dan vaksinasi, peneliti ingin melihat makna tanda yang terdapat pada atribut-atribut yang digunakan oleh media Tempo dalam membentuk citra Joko Widodo sebagai pemimpin negara. Maka, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode semiotika Roland Barthes untuk menganalisis simbol dan tanda. Peneliti melihat penelitian jurnal serupa dengan penggambaran atau representasi citra dengan metode semiotika pada beberapa peneliti, yaitu; Pratiwi (2018), Itiqomah & Sofyan (2015), Muttaqin, dkk. (2020), Annissa & Putra (2019), dan Ariviyanti & Nurfebiaraning (2017). Penelitian terdahulu mengenai representasi atau penggambaran citra digunakan untuk melihat bagaimana tokoh politik dihadirkan dalam media. Selain itu, peneliti juga melihat beberapa jurnal penelitian mengenai citra milik beberapa peneliti yaitu Fatanti & Suyadnya (2017), Kertamukti (2015), Muchtar (2016), dan Yudiarti (2012). Penelitian mengenai citra dan karikatur digunakan untuk menganalisis citra apa yang muncul pada tokoh politik. Jurnal – jurnal mengenai Joko Widodo digunakan untuk memahami bagaimana Joko Widodo sebagai seorang tokoh politik dan juga presiden di Indonesia dalam kegiatannya melakukan komunikasi politik dan bagaimana Joko Widodo selama masa periode tertentu.

Penelitian ini menggunakan metode semiotika Roland Barthes untuk menganalisis data yang peneliti temukan dalam konten karikatur Tempo. Data-data ini berupa simbol atau tanda yang diatributkan pada tokoh Joko Widodo. Semiotika

Roland Barthes mencoba meneruskan pemikiran Saussure. Dalam konteks semiotika Saussure, Saussure tertarik pada cara kompleks pembentukan makna, tetapi pada semiotika Saussure tersebut kurang tertarik pada kenyataan bahwa makna yang sama bisa saja berbeda pada orang dengan situasi berbeda. Roland Barthes mencoba meneruskan pandangan semiotika Saussure dengan menekankan antara tanda dengan pengalaman personal dan secara kultural. Semiotika Roland Barthes dikenal dengan “*order of significations*” dimana terdapat beberapa aspek petanda, yaitu; denotasi, konotasi, metafora, simile, metronimi, *synecdoche*, dan *intertextual* (Kriyantono, 2020, pp. 228–229).

Dari beberapa aspek petanda tersebut kemudian peneliti berharap dapat melihat makna yang terdapat pada konten karikatur Tempo berjudul “Belanja Vaksin, Siapkan Penyuntikan”, “Karpas Merah Vaksinasi Mandiri”, dan “Utak-Atik Bujet Vaksin”. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara dokumentasi. Teknik dokumentasi sendiri dengan menyajikan visual konten karikatur berupa hasil *screenshot* di sosial media Instagram @tempodotco.

I.2 Rumusan Masalah

Bagaimana penggambaran citra presiden Joko Widodo dalam konten karikatur visual Instagram @tempodotco?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana citra presiden Joko Widodo dihadirkan pada konten karikatur Instagram @tempodotco dan ingin melihat citra apa yang muncul pada konten karikatur tersebut.

I.4 Batasan Penelitian

Agar memperfokus pembahasan, maka peneliti memberikan batasan pada subjek dan objek dalam penelitian. Subjek penelitiannya adalah konten karikatur milik Instagram @tempodotco. Sedangkan objek penelitiannya adalah penggambaran citra Joko Widodo. Selain itu, peneliti juga membatasi pada penggunaan metode, yaitu dengan analisis menggunakan metode semiotika Roland Barthes.

I.5 Manfaat Penelitian

I.5.1 Manfaat Akademik

Peneliti berharap dengan adanya penelitian mengenai penggambaran citra Joko Widodo dalam konten karikatur di media Instagram, mahasiswa Fakultas Ilmu

Komunikasi maupun akademisi lainnya dapat memperoleh pengetahuan baru terutama dalam bidang media dan dapat berguna untuk informasi tambahan yang diperlukan bagi para peneliti lainnya yang sedang melakukan penelitian serupa.

I.5.2 Manfaat Praktis

Selain terdapat manfaat akademik, manfaat praktis juga diharapkan dapat menjadi informasi tambahan serta evaluasi bagi para seniman karikatur serupa. Selain itu, penelitian ini diharapkan menjadi perkembangan penelitian dengan menggunakan metode analisis semiotika pada konteks pesan teks visual.