

KOMUNIKASI POLITIK JOKOWI: ANTARA PENCITRAAN DAN JEJARING POLITIK

Redi Panuju

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas dr Soetomo
Jl. Semolowaru 84 Surabaya 60118
Email: redi.panju@unitomo.ac.id

Abstrak

Jauh sebelum Jokowi terpilih sebagai Presiden Republik Indonesia (2014-2019), komunikasi politik telah dilakukan dengan cara memadukan antara kegiatan dan ekspose media. Kegiatan menunjukkan karakteristik personal seseorang, seperti apa yang menjadi visinya, pemikiran apa yang melatar belakanginya, dan citra seperti apa yang diinginkan. Komunikasi politik Jokowi tersebut dikenal dengan sebutan “*blusukan*”, istilah dari bahasa Jawa yang artinya kurang lebih terjun langsung ke tengah masyarakat atau turun ke bawah (*turba*). Berdasarkan fakta informasi yang dapat kita peroleh dari media, nampaknya Jokowi akan ambil bagian lagi dalam kontestasi Pemilihan Presiden tahun depan (2019). Tulisan ini menganalisis bagaimana komunikasi politik Jokowi dalam dua sisi, yakni membangun citra dan memelihara koalisi partai pendukung. Citra sangat dibutuhkan untuk mempertahankan dan menguatkan popularitas hingga elektabilitas. Sedangkan memelihara jejaring partai politik dibutuhkan karena partai politik atau gabungannya yang berwenang mengusung calon Presiden dan calon wakil presiden. Kajian ini menggunakan pendekatan interpretatif berdasarkan data informasi yang diperoleh dari media (media on-line maupun media massa). Analisis berdasarkan teori citra dan teori opini publik. Kajian ini menunjukkan bahwa citra yang dibangun Jokowi sangat kuat pada citra kini, citra keinginan (*visi*), dan citra penampilan. Sementara Jokowi lemah pada citra cermin dan citra korporasi. Sedangkan komunikasi politik dalam menjaga dukungan partai, menunjukkan partai yang semula mengusung pencalonannya pada 2014 yakni Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) menunjukkan ada jarak, sehingga Jokowi lebih merapat ke partai lain.

Kata Kunci : *Komunikasi Politik, citra, jejaring, Pilpres, opini*

Abstract

Long before Jokowi elected as President of the Republic of Indonesia (2014-2019), political communication has been done by combining activities and media exposure. Activities show the personal characteristics of a person, such as what is his vision, what thoughts are behind him, and what kind of image is desired. Political communication Jokowi is known as "blusukan", a term from the Javanese language which means more or less directly plunge into the community tengah or down (turba). Based on the facts of information we can get from the media, it seems Jokowi will take part again in contesting the Presidential Election next year (2019). This paper analyzes how Jokowi's political communication in two sides, namely to build the image and maintain a coalition of party supporters. Imagery is needed to maintain and strengthen its popularity to elektabilitas. While maintaining a political party network is required because of the political party or its coalition which has the authority to carry the candidate for President and Vice Presidential candidate. This study uses an interpretive approach based on information data obtained from the media (on-line media and mass media). The analysis is based on image terori and the theory of public opinion. This study shows that the image built by Jokowi is very strong in the present image, the image of desire (vision), and the image of appearance. While Jokowi weak on the mirror image and image korporasi. While political communication in maintaining party support, shows the party that originally carrying its nomination in 2014 namely the Indonesian Democratic Party of Struggle (PDI-P) shows there is a distance, so that Jokowi more closer to other parties.

Keywords: Political Communication, image, network, presidential election, opinion

PENDAHULUAN

Presiden Joko Widodo (Jokowi) merupakan Presiden Republik Indonesia yang

relatif minim pengalaman jejaring politik. Ia tidak pernah memimpin partai pada tingkat provinsi, apalagi nasional. Sebelumnya Jokowi lebih dikenal sebagai pedagang

(eksportir) furniture. Karier politiknya merangkak naik, setelah berhasil memenangkan Pilkada Kota Solo (2005) yang diusung oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P). Kemudian terpilih menjadi Gubernur DKI Jakarta tahun 2012 yang juga diusung PDIP. Pada 2014 Jokowi berpasangan dengan Jusuf Kalla (JK) terpilih menjadi Presiden RI yang juga masih diusung oleh PDIP. Meskipun pengalaman memimpin partai tidak dimiliki Jokowi, namun berkat komunikasi politiknya, Jokowi berhasil mendongkrak popularitas sehingga memenangkan elektabilitas.

Naiknya Jokowi ke tampuh pemerintahan Indonesia merupakan bukti bahwa pencitraan merupakan faktor yang sangat penting dalam demokrasi. Dukungan public terhadap figur tertentu tidak selalu dilatar belakangi hal hal yang rasional, kenyataan (realitas), kapabilitas, dan moralitas. Sebab semua itu bisa dibentuk dalam persepsi publik. Apa yang dipersepsi publik itulah sebagai citra. Bahkan dalam pencitraan (pembentukan citra) acapkali dilakukan dengan berbagai manipulasi, baik dari substansi pesan maupun teknik penggambarannya seperti framing. Itu sebabnya, Arifin (2014: 19) mengemukakan berdasarkan pandangan Baudrillard, bahwa citra disamping mencerminkan suatu realitas, namun juga bisa dalam bentuk gambaran yang salah akan realitas, juga menggambarkan tidak adanya realitas, bahkan

tidak ada hubungan sama sekali dengan realitas apapun.

Jalan Jokowi dengan citranya itu mirip dengan yang terjadi dengan Tri Rismaharini, Walikota Surabaya dua periode. Risma juga tidak punya pengalaman jejering politik, karena tidak pernah memimpin partai. Namun sepak terjangnya menarik perhatian media (massa maupun on-line), sehingga disadari atau tidak disadari, disengaja atau pun tidak disengaja, citra Risma mempola pada persepsi masyarakat. Menurut Sahab (2017: 96), citra Risma yang terbentuk dalam benak public, tidak selamanya sesuai dengan realitas yang sebenarnya. Karena mungkin hanya sama dengan realitas media atau sama dengan yang dibuat media, yang kerap disebut sebagai realitas tangan kedua (*second hand reality*).

Indonesia telah memilih sistem presidensial dengan banyak partai (multi partai) mengakibatkan pola komunikasi politik membelah dua: pertama, presiden dipilih langsung oleh rakyat dan setelah terpilih diberi hak prerogatif menyusun kabinet. Kedua, dengan banyaknya partai mengakibatkan parlemen diisi oleh representasi anggota parlemen (DPR) dari unsure unsure partai yang memperoleh suara signifikan dalam pemilu. Ketiga, Presiden membutuhkan koalisi dari kekuatan politik yang ada di parlemen setelah terpilih untuk tujuan efektivitas pemerintahannya. Stabilitas politik dapat dipelihara melalui koalisi di parlemen, yakni dengan cara memberikan

kuota jabatan jabatan menteri di kabinetnya. Marijan (2015: 105) menyebutkan bahwa dengan model koalisi di belakang (setelah pilpres) memungkinkan terjadinya stabilitas. Bila koalisi dilakukan di depan, sistem presidensial itu lebih rentan mengalami perpecahan kalau dibandingkan dengan system parlementer.

Dengan demikian, mau tidak mau seorang Presiden yang akan bertarung sebagai *incumbent* untuk yang kedua atau pun calon presiden yang pertama harus melakukan dua hal untuk sukses dalam Pilpres. Pertama, melakukan politik pencitraan untuk mempertahankan atau mempertahankan popularitas dan kedua, melakukan pemeliharaan terhadap mitra koalisinya di partai politik. Dalam sistem Pilpres kita, seorang calon presiden hanya bisa dicalonkan oleh partai politik atau gabungan partai politik yang memiliki 20% kursi di DPR atau memiliki 25% hasil pemilu sebelumnya. Itu artinya, betapa pun tinggi popularitas seseorang tidak akan bisa menjadi calon presiden tanpa dukungan partai politik atau gabungan partai politik. Jokowi harus bekerja keras untuk melakukan komunikasi politik dua jalur; jalur pencitraan dan jalur memelihara koalisi partai di parlemen. Keduanya sama sama penting. Meskipun popularitas Jokowi melampaui 50% disandingkan dengan kandidat lain, namun bila partai politik atau gabungan partai politik tidak ada yang mengusung, maka Jokowi pun

tidak bisa ikut kontestasi Pilpres 2019. Dan Sebaliknya, andai popularitas Jokowi terjun payung hingga ke angka 30%, namun gabungan partai politik mengusungnya, juga berisiko akan kalah dalam kontestasi. Maka, mau tidak mau kedua jalur komunikasi politik tersebut harus dijalankan.

Bagi penantang, upaya membangun citra relatif lebih sulit ketimbang *incumbent*, sebab penantang betul betul harus menggunakan sumber daya secara mandiri untuk membiayai manajemen komunikasinya. Sementara bagi *incumbent*, komunikasi politik dapat dilakukan bersamaan dengan pelaksanaan tugasnya sebagai Presiden. Subiakto (2012: 220-125) menyebutkan, Presiden memiliki infrastruktur dan supra struktur untuk membangun citra positif; mulai dari kementerian Komunikasi dan Informatika sampai juru bicara kepresidenan. Public relations pemerintah (*Government Public Relations*) berusaha menjaga dan membangun reputasinya. Apabila reputasi terbangun, lanjut Subiakto, organisasi pemerintahan akan mendapat banyak keuntungan, seperti dukungan publik, kepercayaan masyarakat, dan citra positif lainnya.

Tugas perangkat public relations pemerintahan adalah membangun citra dengan menghimpun informasi, menyerap informasi dari akar rumput, mengelolanya menjadi rumusan strategi komunikasi politik, dan pada akhirnya mengeksekusi menjadi program program strategis pencitraan. Citra

adalah kesan organisasi yang berkembang dalam benak publik. Citra positif akan diikuti dengan simpaty, dan sebaliknya citra negatif akan diikuti dengan antipati serta apriori (Panuju, 2002, 5)

Jokowi nampaknya tahu betul pentingnya menginformasikan semua kegiatan dirinya, baik formal maupun non-formal, terpublikasikan kepada khalayak. Sebab semakin banyak masyarakat mendapat informasi yang positif semakin besar kemungkinannya citra positif dapat dikuatkan dan tidak mudah memudar. Hubungan Jokowi dengan media relatif baik, kecuali dengan media sosial yang kerap kali membuat Jokowi mengaku "pusing". Jokowi mengakui pentingnya media arus utama (mainstream) seperti kutipan berikut ini :

"Sekarang ini kelihatannya akan ada pergeseran dari media arus utama mainstream ke media sosial. Tapi saya meyakini media mainstream tetap akan mempunyai peran yang sangat penting, terutama bagi pembangunan kita. Terutama pembangunan SDM lewat informasi-informasi yang diberikan," kata Jokowi usai menghadiri peringatan Hari Pers Nasional di Lapangan Polda Maluku, Kota Ambon, Maluku, Kamis (9/2/2017) (Jordan: 2017)

Sementara kutipan yang menunjukkan kegalauan Jokowi terhadap media sosial nampak pada kutipan berita berikut :

" Presiden Joko Widodo menyatakan, fenomena perkembangan media sosial menambah beban pemerintah. Berbeda dengan media arus utama yang dianggap bisa diajak bekerja sama, media sosial tak bisa diperlakukan sama. Tak ada yang bisa mengontrol penggunaan media sosial" (Kandi : 2017)

Media massa penting bagi pemerintah karena beberapa alasan antara lain ; pertama, fungsi mengingatkan (*warning function*). Pidato Jokowi tentang media sosial yang meresahkan bisa menjadi peringatan bagi pengguna internet agar hati hati dalam menggunakan media. Kedua, fungsi agenda setting. Pemerintah dapat membuat agenda kepada masyarakat melalui mediasi media. Misalnya dalam mobilisasi massa, media membantu menginformasikan dan sekaligus acapkali sebagai *event organization*-nya. Ketiga, fungsi kepuasan (*gratification*). Melalui bantuan media pemerintah berhasil membangun persepsi tentang kepuasannya terhadap kinerja yang dimiliki. Dan keempat, fungsi kontrol masyarakat (*social control*). Awalnya, media membantu masyarakat menyampaikan aspirasinya untuk mengkritisi kekuasaan, namun pada saat yang sama komunikasi

politik pemerintah mengubah aspirasi tersebut menjadi respons kebijakan yang disebarluaskan melalui media. Pada saat tertentu justru masyarakat yang dikontrol pemerintah melalui mediasi media (Panuju, 2005: 8).

Sejauh ini, komunikasi politik yang dilakukan oleh Jokowi nampaknya telah berhasil membentuk citra positif seperti yang diharapkan. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa survey yang mengindikasikan tingkat kepuasan public terhadap kinerja Jokowi yang relative tinggi. Kompas.com misalnya merilis hasil subey Litbang Kompas menyatakan Mayoritas masyarakat merasa puas dengan kinerja pemerintahan Presiden Joko Widodo dan Wakil Presiden Jusuf Kalla selama 3 tahun terakhir. Hal ini setidaknya terlihat dari survei yang dilakukan Litbang Kompas pada 26 September-8 Oktober 2017. Kepuasan secara umum responden terhadap kinerja pemerintahan Jokowi-JK selama tiga tahun terakhir sebesar 70,8 persen. Hanya 29,2 persen responden yang menyatakan tidak puas. Tingkat kepuasan terhadap pemerintahan Jokowi-JK ini naik jika dibandingkan dengan survei Litbang Kompas periode April 2017. Saat itu, responden yang menyatakan puas dengan kinerja pemerintah hanya 63,1 persen. (Ihsanuddin, 2017)

Sementara itu, komunikasi politik dalam rangka memelihara koalisi partai pendukung Jokowi masih berkuat pada beberapa partai, terutama yang sudah secara eksplisit akan

mencalonkan Jokowi sebagai Presiden RI untuk periode yang ke-2, yakni; Partai Golkar, Nasdem, PKB, dan PPP. Sementara itu, partai politik pengusung utama pada Pilpres 2014, yakni PDI P secara keorganisasian belum menyatakan secara eksplisit. Hal tersebut memberi kemungkinan terjadinya perubahan dukungan partai politik terhadap calon presiden 2019.

Fenomena Pilgub Jatim 2018 nampak menjadi indikasi bahwa sangat mungkin PDI P tidak lagi mendukung Jokowi sebagai Capres 2019. Dengan menerjunkan Puti Guntur Soekarno (cucu pertama Bung Karno) sebagai Cawagub mendampingi Saifullah Yusuf alias Gus Ipul dapat dibaca sebagai uji coba pengaruh "trah" Soekarno dalam perpolitikan di tanah air. Puti Guntur Soekarno masih relatif belum memiliki pengalaman dalam politik praktis, namun dengan adanya pengaruh sang Kakek, diharapkan akan dapat mendulang suara. Bila nanti uji coba ini berhasil, sangat mungkin PDI P akan memasang Capres dari trah Soekarno yang lain. Karena itu, sangat wajar bila komunikasi politik jejaring Jokowi menjadi kurang kuat determinismenya.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis berusaha mengkaji komunikasi politik yang dilakukan Jokowi dalam konteks membangun citra dan jejaring koalisi partai politik.

Metode

Pendekatan yang dipergunakan dalam kajian ini adalah pendekatan kualitatif dengan

menggunakan metode interpretatif. Objek yang diinterpretasikan adalah apa yang dilakukan dan disampaikan dalam konteks pencitraan dan membangun jejaring partai koalisi yang terekspose di media massa dan on-line. Teknik analisis dibatasi pada ruang lingkup formula Lasswell: *Who says (Jokowi) in which channel to whom with what Effect*. Secara referensial menurut Kriyantono (2006: 13) kajian ini masuk lingkup studi pesan (*says what*). Apa yang dikatakan dan dilakukan oleh Jokowi dianalisis berdasarkan beberapa teori antara lain : (1) Teori Public Relations yang membahas tentang Citra dari Frank Jefkins khususnya jenis jenis citra, (2) teori relasi opini publik dengan citra dari Kenneth E. Boulding (196).

Landasan Teori

Kontestasi politik mengejar opini publik, sebab menjadi indikasi awal persepsi publik terhadap sang tokoh. Persepsi public merupakan akumulasi dari kegiatan membangun image atau citra yang dikelola dalam manajemen public relations. Dalam konteks ini Franks Jenkins membagi citra ke dalam beberapa jenis, yakni: (1) citra cermin (*mirror image*), yaitu citra yang tidak diharapkan dari si pemiliknya, harapannya positif ternyata dikesankan negative; (2) citra kini (*current image*), yakni citra yang diperoleh dari aktivitas yang dilakukan maupun statement yang diluncurkan pada saat saat terakhir; (3) citra keinginan (*wish image*),

yakni menunjukkan visi yang ingin dicapai pada saat tertentu; (4) citra korporasi (*corporation image*), yakni citra afiliasinya terhadap partai politik tertentu; (5) citra multi image, yakni berbagai citra yang mengemuka pada diri seseorang/lembaga; (6) citra penampilan (*performance image*), yakni citra yang dibentuk oleh penampilan diri (Sari, 2017: 9).

Meskipun teori Citra dari Jankins ini awalnya dari fenomena perusahaan, namun prinsip prinsipnya masih relevan untuk membeda fenomena politik. Dalam hal ini ada analogi antara perusahaan bisnis dengan partai politik, yakni ada sumber daya manusianya, ada nilai nilai yang dikembangkan, dan ada tujuan membangun citra positif di masyarakat. Bila dalam perusahaan menjual produk, maka partai politik menjual kepercayaan. Bila dalam perusahaan orang membeli dengan uang, dalam partai politik orang mendukung dengan memberikan suaranya saat pemilu dilangsungkan.

Kenneth E Boulding (1969) mengaitkan opini public dengan citra, rencana, dan operasi (*action*). Ia mengutarakan bahwa citra, rencana, dan aksi menyerupai matrik yang senantiasa berubah. Dalam situasi itu, orang memulai, dan mengembangkan perilaku dengan cara yang bernilai bagi dirinya. Dalam metric tersebut perilaku sangat tergantung pada citra, dan citra juga mempengaruhi sikap berikutnya dalam perilaku. Dengan kata lain,

opini publik sebenarnya memberikan insiprasi bagaimana individu bertindak agar terhindar dari pencitraan yang buruk (Panuju, 2002: 7)

PEMBAHASAN

Citra Bayangan

Citra negatif yang paling sulit diantisipasi Jokowi dan sangat tidak dikehendaki oleh Jokowi adalah tersebarnya isu bahwa dirinya dikaitkan dengan ideologi komunisme yang diusung PKI pada tahun 1960-an. Jokowi distigma bersinggungan dengan gerakan PKI, misalnya oleh Bambang Tri Mulyono yang menulis buku “Jokowi Undercover”. Penulisnya sendiri telah divonis penjara 3 tahun oleh Pengadilan Negeri Blora Jawa Tengah (<https://news.detik.com/berita/d-3514323/michael-bimo-terbukti-buku-jokowi-undercover-isinya-fitnah>).

Jokowi sendiri beraksi keras dengan membantah isu tersebut dan bahkan dengan menggunakan diksi yang mengancam (coercive), yakni dengan kata kata : “*Kalau PKI Nonggol, Gebuksaja!*” (<http://nasional.kompas.com/read/2017/05/17/16433321/jokowi.kalau.pki.nongol.gebuk.saja>)

Pada babakan selanjutnya, Jokowi mereproduksi isu tersebut dengan isu tandingan yang sepadan, yakni mewacanakan ancaman disintegrasi bangsa tidak selalu dari partai komunis Indonesia (PKI), tetapi ia mencoba mengalihkan kepada kekuatan lain yakni yang

disebutnya sebagai kekuatan ekstrim radikal dari kalangan Islam. Untuk meyakinkan hal tersebut bahkan Pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Penganti Undang Undang (Perpu) tentang Ormas (Perpu no 2 tahun 2017). Dengan perpu tersebutlah pemerintah membubarkan organisasi tersebut. Perpu disetujui oleh Sidang Paripurna Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) pada 24 Oktober 2017, sehingga Perpu tersebut sah menjadi Undang Undang.

Korban pertama yang dituduh melakukan gerakan radikal adalah kelompok HTI (Hizbut Tahrir Indonesia).

Pada paruh akhir 2017, isu actual yang running di media massa dan on-line adalah isu tentang bahaya paham radikalisme agama. Jokowi memperlakukan paham tersebut dengan mereproduksi wacana “aku Pancasila, aku bhinneka tunggal ika” dan Negara plural. Tentu saja muncul pro dan kontra di masyarakat. Reproduksi wacana ideology radikal dan penistaan agama seolah membelah opini public menjadi dua. Citra bayangan seperti ini nampaknya akan terus berlanjut, apalagi dalam Pilpres 2019 ditengarai Jokowi akan maju lagi. Citra bayangan bahwa Jokowi terkait dengan komunisme akan menjadi senjata bagi lawan lawan politiknya untuk menstigma keberadaannya. Bahkan langkah politik yang memusuhi umat Islam (meskipun

Jokowi berhasil merangkul kalangan Islam moderat seperti NU dan PKB) tetap saja ada yang mekanainya sebagai “Islamofobia”. Bahkan oleh Warjio, Ph.D (2015: 55) sebagai politik belah bambu dan sebagai perlawanan Jokowi *versus* Rakyat (2015: 40).

Citra Kini

Pada saat tulisan ini diselesaikan (Februari 2018), terkhabarkan Presiden Jokowi sedang melakukan lawatan ke beberapa Negara antara lain Pakistan dan Banglades pada 27 Januari 2018. Foto yang diunggah detik.com menunjukkan Jokowi berpenampilan resmi, pakai jas full dress, nampak tersenyum mengembang dan berjalan tegap.

Sumber: detik.com, 27 Januari 2018 pukul 13.48

Publikasi lawatan Jokowi ke luar negeri ini menciptakan kesan dirinya sebagai pemimpin yang memiliki pengaruh di dunia internasional. Opini public yang terbentuk mendukung reputasi Jokowi sebagai seorang kepala Negara maupun pemerintahan.



Citra Keinginan

Visi pemerintahan Jokowi menonjolkan pembangunan infrastruktur, terutama pembangunan jalan tol, Bandara, dan pelabuhan. Beberapa kegiatan yang terskpose media terkait peresmian hasil pembangunan antara lain: (1) Resmikan Tol Bakauheni-Terbanggi Besar di Provinsi Lampung tanggal 21 Januari 2018, (2) Resmikan Tol Surabaya-Mojokerto di Provinsi Jawa Timur tanggal 19 Desember 2017, (3) resmikan Tol Soroja di Provinsi Jawa Barat tanggal 4 Desember 2017, (4) Resmikan tol Akses Tanjung Priok Jakarta Utara pada 15 April 2017, (5) Resmikan tol Medan-Binjau tanggal 13 Oktober 2017, (6) Resmikan tol Bekasi Cawang Kampung Melayu pada tanggal 3 Nopember 2017, (7) Resmikan Tol Palembang-Indralaya di Sumatera Selatan pada 13 Oktober 2017, (8) Resmikan tol Semarang-Salatiga di provinsi Jawa Tengah pada 26 September 2017, (9)resmikan Jembatan Merah Putih di Morotai Ambon 4 April 2016, (10) Jokowi resmikan 5 pelabuhan untuk tol laut Pelabuhan Tobelo, Kabupaten Halmahera Utara, Maluku Utara, Rabu (6/5/2016), (11) Resmikan angkutan Kereta Api di Bandara Soekarno-Hatta 2 Januari 2018.

Foto di bawah ini memperkuat citra keinginan yang ingin dibentuk, yakni membangun infrastruktur di Indonesia.



Sumber : Biro Pers Sekretariat Presiden yang diunggah <https://makassar.terkini.id/presiden-jokowi-resmikan-jalan-tol-akses-tanjung-priok>

Citra Korporasi

Hingga akhir Januari 2018, Jokowi tetap merespresentasikan sebagai kader Partai PDI-P sebab dalam Pilpres tahun 2014 yang dimenangkannya, Jokowi diusung oleh partai Banteng moncong putih tersebut. Namun sejauh ini justru PDI P belum secara resmi menyatakan dukungannya kepada Jokowi. Partai yang sudah resmi mengusung Jokowi maju pada Pilpres tahun 2019 adalah Partai Golkar, Partai Nasdem, Partai Persatuan Pembangunan, dan Partai Hanura. Fakta ini setidaknya yang bisa diperoleh dari berita metronews.com berikut ini :

Sedikitnya empat partai pendukung pemerintah siap mematangkan strategi untuk Pemilu Presiden 2019. Setelah Partai Golkar, NasDem, dan PPP, giliran Hanura yang secara resmi mendukung Presiden Joko Widodo dalam Pilpres 2019 (Novaria, 6 Agustus 2017)

Citra korporasi seperti di atas ada dua kemungkinan, hal tersebut merefleksikan partai PDIP yang masih menunggu situasi yang tepat untuk menyatakan dukungan terhadap Jokowi ataukah konstalasi politik di internal PDI P memang sedang berubah, sehingga menimbulkan spekulasi bahwa pada Pilpres 2019 PDIP akan mengusung tokoh lain.

Citra Multi Image

Dari komunikasi politik yang dilakukan Jokowi menunjukkan beberapa citra yang saling tumpang tindih, antara lain; (1) citra sebagai pemimpin yang senang bekerja ditunjukkan dengan penampilan pakaiannya yang selalu melipat lengan baju, (2) citra bahwa Jokowi tokoh yang mendunia ditunjukkan dengan beberapa perannya dalam penyelesaian masalah internasional seperti penyelesaian masalah konflik Israel-Palestina, Jokowi sempat berpidato pada sidang KTT OKI dimana Jokowi menyatakan mendukung Negara Palestina pada 13 Desember 2017, (3) citra sebagai pemimpin yang demokratis, misalnya ditunjukkan oleh sistemikanya membubarkan HTI dengan tahapan menerbitkan Perpu dan kemudian disetujui DPR, (4) citra sebagai warga Negara yang mencintai tanah airnya dengan mengunggah pernyataannya “Aku Pancasila, Aku NKRI, dan Aku Indonesia”, (5) citra sebagai pemimpin keluarga yang baik dan taat pada tradisi seperti yang ditunjukkan dengan ritual

pernikahan putrinya baik di Solo maupun di tempat menantunya di Medan.

Citra Penampilan Diri

Baik sebagai Presiden maupun sebagai kepala rumah tangga, citra yang diinginkan Jokowi adalah tampil sederhana, bersahaja, jauh dari kemewahan. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa fakta yang dimunculkan media. Dalam kunjungan kerjanya Jokowi memilih melonggarkan protokoler untuk bisa menemui langsung rakyat, bersalaman, berdialog langsung, dan tidak menolak ketika diajak foto bersama. Gaya komunikasi Jokowi ini dikenal dengan istilah “blusukan” yang pengertiannya sejajar dengan turba (turun ke bawah). Bahkan dalam kesempatan pidato pada acara resmi, Jokowi menyempatkan diri berdialog dengan warga sambil membagi-bagikan hadiah, seperti sepeda. Media Kompas.com menjuluki gaya Jokowi tersebut sebagai “*gaya ngerjain warga yang ingin diberi seeda*” (Ihsanuddin, 06 Oktober 2017)

Sedangkan sebagai warga Negara biasa, Jokowi menunjukkan hubungan yang baik dengan istri, anak-anaknya, maupun cucunya. Lewat akun youtube kita dapat mencari video Jokowi dengan mengetik kata kunci “Jokowi sedang bermain dengan cucu”, maka akan muncul puluhan videonya yang nampak alamiah, satu diantaranya telah ditonton lebih dari 3.394.941 netizen.

Masalah Jejaring Partai

Setidaknya dengan mengambil contoh fenomena politik di Jawa Timur, mulai terbaca strategi partai politik (parpol) memenangkan Pemilihan Presiden (Pilpres) tahun 2019.

PDI P membuat spikulasi mengusung Puti Guntur Soekarno sebagai calon wakil Gubernur Jatim 2019-2024 mendampingi Cagub Saifullah Yusuf. Kalah menang nampaknya bukan lagi tujuan PDI P. Sebab bila tujuannya menang, masih banyak kader PDI P di Jawa Timur yang lebih siap tarung karena mengenal medan dan punya popularitas. Puti mungkin juga sudah menyadari hal itu dan telah dibisiki untuk enjoy saja karena tidak diberi beban untuk menang. Lantas, kalau bukan menang, untuk apa masuk dalam kontestasi? Kelihatannya PDI P justru ingin mengambil point di belakang, menang pada pileg dan Pilpres.

Pada konteks Pilpres, apakah berarti PDI P akan mengajukan Jokowi lagi pada Pilpres 2019? Jawabnya “belum tentu”. Fenomena Jawa Timur ini justru menunjukkan bacaan bahwa PDI P perlahan menjaga jarak terhadap Jokowi. Satu tahun yang lalu, Muhaimin Iskandar pernah meminta Jokowi agar tidak merestui Khofifah maju pada Pilgub Jatim, sebab PKB sudah punya jago baru Saifullah Yusuf alias Gus Ipul, namun nampaknya Jokowi tidak mengindahkan perintah itu. Khofifah tetap running. Ini satu moment yang ditengarai menjadi ganjalan PKB merapat ke

Jokowi. Maka PKB pun sampai hari ini belum menyatakan secara resmi akan mendukung Jokowi dalam Pilpres 2019. Sementara, Muhaimin Iskandar sendiri sudah mulai unjuk gigi dengan menebar baliho sebagai Calon Wakil Presiden tahun 2019. Dengan siapa Cak Imin akan diduetkan? Nampaknya dengan calon dari PDI P. Meskipun PDI P adalah partai pengusung Jokowi dalam Pilpres 2014, namun sikapnya juga masih teka teki. Belum secara eksplisit mendukung Jokowi. Situasi inilah yang nampaknya dimasuki Cak Imin untuk membuka peluang dirinya dalam Pilpres 2019 dengan restu dari PDI P.

Situasi cair dalam konteks Pilpres inilah yang kemudian dimainkan Partai Gerindra masuk ke Jatim sebagai teman PDI P. Gerindra rela tidak mengusung poros ketiga, demi merapatkan politik psikologisnya dengan Megawati, sehingga lebih memilih mendukung jagonya PKB dan PDI P dengan mendukung pasangan Gus Ipu- Puti. Sungguh sangat mungkin Gerindra berkoalisi dengan PKB dan PDI P, sebab Prabowo Subianto pernah berduet dengan Megawati Soekarnoputri dalam Pilpres 2009.

Bila dugaan saya ini benar, maka Pilgub Jatim 2018 menjadi pemanasan Pilpres 2019 antara pendukung Jokowi yang direpresentasikan pada Khofifah Indraparawansa dengan eksprimennya Prabowo Subianto melalui Gerindra dan PKS pada kubu Gus Ipu.

Entah disadari atau tidak oleh Jokowi sekat psikologis terhadap PDI P dan PKB sebetulnya diukir juga oleh tabiat Jokowi sendiri yang akhir akhir ini lebih merangkul Partai Golkar, Hanura, dan Nasdem. Tiga partai ini telah menyatakan secara resmi mencalonkan Jokowi dalam Pilpres 2019.

Makna relasi sosiologis seperti itu bisa menguntungkan, namun bisa juga merugikan Jokowi. Bila PDI P memandang Jokowi dianggap tidak percaya lagi dengan PDI P, sehingga lebih rapat pada pihak lain, maka hal itu bisa menjadi restriksi pemberian tiket Capres kepada Jokowi. Meskipun sejauh ini Jokowi masih didukung Golkar, Nasdem, dan Hanura, namun hal itu masih bersifat tentatif. Masyarakat sudah paham dengan Partai Golkar yang sangat pragmatis, dukungannya bisa berubah ubah mengikuti arah angin kuasa bergerak. Dulu Golkar mendukung koalisi Merah Putih (KMP) yang digagas Prabowo, setelah Prabowo kalah dalam Pilpres 2014, Golkar berbalik arah rapat ke Jokowi. Tiket yang dijanjikan partai Golkar belum menjadi jaminan bagi Jokowi. Bila sampai hari ini Golkar masih setia kepada Jokowi karena masih mendapat jatah menteri di Kabinet. Kestiaan Golkar tidak diikat oleh sentiment ideology atau pertemanan tetapi karena kekuasaan. Jika Jokowi tidak hati hati sangat mungkin pada saatnya tidak mendapat tiket Capres dari mana pun.

Langkah PDI P mengusung Puti Guntur Soakarno dapat dimaknai sebagai uji coba

(test case) terhadap loyalis tradisional terhadap proklamator Soekarno. Di Indonesia masih berlaku afiliasi politik terhadap “trah” figur karismatik yang berjasa terhadap bangsa ini di masa lalu. Karena itu, tokoh tokoh karisma yang sudah tiada dijadikan sumber legitimasi kekuasaan. Tokoh tokoh seperti Soekarno, Gus Dur, Susilo Bambang Yudhoyono, Prabowo Subianto, dan lainnya akan “dimanipulasi” sebagai relasi ketokohan pada baliho baliho dan Billboard, spanduk, maupun iklan di media sosial. Seolah olah ada asosiasi ideologis dan nilai tertentu antara tokoh yang sedang bertarung dalam kontestasi masa kini dengan tokoh di masa lalu. Setelah Puti Guntur Soekarno dipasangkan dengan Gus Ipul sebaga Cagub-Cawagub Jatim dan didaftar di KPU, gambar keduanya sudah tersebar di seluruh penjuru Jatim.

Bagi Jokowi gejala ini dapat dibaca sebagai tanda bila uji coba ini berhasil, sangat mungkin akan diteruskan ke jenjang Pileg dan Pilpres 2019. Karena itu, apa yang dilakukan Jokowi dengan lebih merapat ke Golkar dan Nasdem, dimaknai sebagai naluri yang wajar mempertahankan diri agar tetap exist sebagai *incumbent*. Katakanlah, sedia payung sebelum hujan. Bahkan fenomena gonjang ganjing di partai Hanura juga dapat dimaknai sebagai langkah memastikan koalisi Golkar-Nasdem dan Hanura sebagai skoci masa depan. Posisi OSO sebaga ketua umum Partai Hanura nampaknya mungkin masih diragukan loyalitasnya, karena itu mendorong

pendirinya Wiranto untuk mengambil posisi yang lebih kuat di Hanura.

Sebagai Presiden *incumbent*, Jokowi memang memiliki modal politik yang besar, setidaknya sebagai individu lebih mudah menjual “karya karya”nya kepada masyarakat. Pembangunan di bidang infrastruktur seperti jalan tol, pelabuhan, bandara, dan sejenisnya menjadi “magnet” politik untuk Jokowi, namun sebagai politisi, Jokowi ibarat “anak kost” yang tidak memiliki rumah sendiri. Sehingga posisinya tergantung kepada ibu kostnya. Meskipun si indekost masih punya uang untuk bayar sewa kamar, tapi jika ibu kostnya sudah tidak suka, si ibu kost punya banyak alasan untuk keluar dari kost kosan dan mencari rumah kost yang lain.

Kesimpulan

Jokowi sebagai Presiden berada dalam persimpangan. Di satu sisi telah berhasil membangun citra positif sehingga kinerjanya diakui masyarakat, terbukti tingkat kepuasan masyarakat terhadap kinerja Jokowi mencapai lima puluh persen lebih. Kepuasan masyarakat tersebut menjadi modal politik yang significant dalam pencalonannya sebagai presiden RI untuk periode berikutnya (2019-2024). Tingkat popularitas Jokowi relatif tinggi dibandingkan dengan tokoh tokoh lain, sehingga untuk menggeser menjadi elektabilitas tinggal dikuatkan dengan komunikasi politik yang tepat.

Komunikasi politik Jokowi dua tahun terakhir menunjukkan jalan yang tepat sebab berhasil membangun citra yang positif. Satu satunya citra yang mengawatirkan adalah citra bayangan (mirror image), berupa persepsi sebagian publik yang masih mengkaitkan Jokowi dengan organisasi terlarang pada tahun 1960-an, yakni Partai Komunis Indonesia. Namun, dengan piawai Jokowi mampu mensublimasikan isu tersebut ke stimulus yang lain, yakni bahaya ideology radikal yang dibawa oleh kalangan agama tertentu, dengan demikian Jokowi bukan lagi sebagai ancaman karena ancaman integrasi bangsa sudah dialihkan ke kelompok Islam kanan, yang sudah dibubarkan melalui perpu dan kemudian disahkan sebagai undang undang oleh DPR.

Dengan demikian, pencitraan Jokowi sebagai figur yang humanis, meng-internasional (mendunia), dan tegas, relative berhasil mendapatkan simpaty masyarakat. Ditambah dengan karya nyata yang dapat dirasakan langsung oleh publik berupa jalan tol, pelabuhan, bandara, dan infrastruktur lainnya, membuat Jokowi sulit dikalahkan oleh lawan lawan politiknya.

Satu satunya kendala yang akan dilalui Jokowi adalah bahwa dirinya bukan ketua partai yang bisa menentukan calon presiden. Maka, Jokowi menjadi sangat tergantung pada partai partai politik koalisi yang selama ini mendukung pemerintahannya. Sementara itu, PDIP yang dulu mengusungnya menjadi

calon presiden hingga artikel ini ditulis belum menunjukkan sikapnya secara resmi mendukung Jokowi pada Pilpres 2019. Jokowi justru lebih merapat ke partai lain yang sudah menyatakan dukungan, yakni Golkar, Hanura, Nasdem, dan PPP.

Padahal loyalitas partai dalam pemerintahan sifatnya sangat tentatif, tergantung pada transaksional tertentu. Sementara ini, keempat parpol pendukung Jokowi menunjukkan loyalitasnya karena mendapat jatah menteri di cabinet kerja Jokowi. Ikatan Jokowi dengan empat parpol di atas hanya didasari kepentingan pragmatis, yang suatu ketika bisa berubah. Dapat dibayangkan bila mendekati detik detik pencalonan, ternyata partai partai tersebut berubah pendiriannya dan mengusung calon lain? Dalam hal ini menunjukkan ada ketidak pastian dalam system politik Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. 2014. *Politik Pencitraan-Pencitraan Politik*. Jakarta: Graha Ilmu
- Daryanto, Erwin. 29 Mei 2017. *Michael Bimo: Terbukti Buku 'Jokowi Undercover' Isinya Fitnah*. Detik.com. Diambil dari <https://news.detik.com/berita/d-3514323/michael-bimo-terbukti-buku-jokowi-undercover-isinya-fitnah> diakses pada 29-01-2018 pukul 12 51

- Ihsanuddin.2017. *Cara Jokowi "Ngerjain" Warga yang Ingin Diberi Sepeda.* [www.kompas.com](http://nasional.kompas.com), diakses dari <http://nasional.kompas.com/read/2017/10/06/21520301/cara-jokowi-ngerjain-warga-yang-ingin-diberi-sepeda> pada 29 Januari 2018 pukul 14.18
- Ihsanuddin. 2017. *Survei "Kompas": 70,8 Persen Responden Puas dengan Kinerja Jokowi-JK.* Kompas.com (21 Oktober 2017). Dikutip dari <http://nasional.kompas.com/read/2017/10/21/06165281/survei-kompas-708-persen-responden-puas-dengan-kinerja-jokowi-jk> pada 27 Januari 2017 pukul 13.14
- Jordan, Rai. 2017. *Jokowi: Saya Yakin Media Mainstream Tetap Berperan Penting.* News.detik.com (9 Februari 2017) diakses dari <https://news.detik.com/berita/d-3417821/jokowi-saya-yakin-media-mainstream-tetap-berperan-penting> pada 27 Januari 2018 pukul 12.20
- Kandi, Rosmiyati D. 2017. *Jokowi: Media Sosial Memusingkan Pemerintah.* www.cnnindonesia.com (9 Februari 2017). diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20170209111951-20-192306/jokowi-media-sosial-memusingkan-pemerintah> pada 27 Februari 2018
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi.* Jakarta: Kencana Prenada Mediagroup.
- Marijan, Kacung. 2015. *Sistem Politik Indonesia: Konsolidasi Demokrasi Pasca Orde Baru.* Jakarta: Kencana-Prenada Media Group, cetakan ke-4
- Novaria, Astri. 06-08-2017. *4 Partai Pendukung Jokowi Matangkan Strategi Pilpres 2019.* www.metronews.com. diambil dari <http://news.metrotvnews.com/politik/ybDRw9AK-4-partai-pendukung-jokowi-matangkan-strategi-pilpres-2019> diakses pada 29 Januari 2018 pukul 13.49
- Nugroho, Wisnu. 17 Mei 2017. www.kompas.com. diambil dari <http://nasional.kompas.com/read/2017/05/17/16433321/jokowi.kalau.pki.non.gol.gebuk.saja> diakses pada 29 Januari 2018 pukul 12.58
- Panuju, Redi. 2002. *Krisis Public Relations.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Panuju, Redi. 2002. *Relasi Kuasa Pertarungan Memenangkan Opini Publik dan Peran dalam Transformasi Sosial.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Panuju, Redi. 2005. *Nalar Jurnalistik.* Malang: Bayu Media
- Sahab, Ali. 2017. *Monograf Hiperealitas Pencitraan Risma: Persepsi Masyarakat Atas Kinerja Risma Sebagai Walikota Surabaya 2010-2015.* Sidoarjo: Zifatama Publisher
- Sari, A Andita. 2017. *Dasar Dasar Public Relation Teori & Praktek.* Yogyakarta: Deepublish
- Subikato, Henry & Rachma Ida. 2012. *Komunikasi Politik, Media, & Demokrasi.* Jakarta: Kencana Prenada Mediagroup
- Warjio. 2015. *Politik Belah Bambu Jokowi dari Mafia Politik sampai Islamfobia.* Medan: Puspantara