

# TELAAH KONSTRUKSI CITRA KEPALA NEGARA KINI: JOKOWI DAN VLOG-NYA

Julita Pratiwi

pratiwij@gmail.com | Fakultas Film dan Televisi Institut Kesenian Jakarta

## **Abstract:**

*New Media give a huge significant effect of how images being constructed, distributed and consumed by the publics. The existence of president for his public can't be separated from the role of an images that can build an idea of leadership. President within their appearance, costume, body gesture, mimic (and every element inside the image) is capable to build a grand narrative about centrality, huge and intellectuality. From time to time, the construction of an images is transforming to a fragmented narrative. This significant changing are influenced by the massive uses of digital technology. Start it from how the images being produced until it distributed to public. This essay will concentrate in the construction of President Jokowi (2014 - 2019) 's images, especially when he used to upload his vlog around his activity in his Youtube Sub Channel #JKWVLOG.*

**Key Words:** *New Media | Images | Visual Language*

## **Abstrak:**

Media Baru (*New Media*) memberikan pengaruh yang cukup signifikan terhadap bagaimana citra seorang kepala negara dikonstruksi, didistribusi hingga dikonsumsi oleh publik. Hadirnya sosok kepala negara bagi publik tidak terpisahkan dari peran citra yang mampu membentuk ide-ide akan kepemimpinan. Kepala negara dengan seperangkat bahasa visual pada citranya mampu menciptakan narasi besar akan sosoknya yang sentral, besar, intelektual. Namun seiring waktu, konstruksi citra tersebut berubah menjadi narasi yang terpecah-pecah (*fragmentasi*). Perubahan ini tentunya dipengaruhi oleh kehadiran teknologi digital yang masif. Esai ini hendak mengkaji konstruksi citra Presiden Joko Widodo (2014 s/d 2019), khususnya ketika dirinya kerap mengunggah *vlog* seputar aktifitasnya di Sub Channel Youtube-nya #JKWVLOG.

**Kata Kunci:** Media Baru | Citra | Bahasa Visual

## **Pendahuluan**

### **New Media, Kepala Negara dan Konstruksi Citra: Sebuah Pengantar**

*New Media* (Media Baru) telah menjadi suatu konsep yang perlahan populer dalam dua dekade terakhir, khususnya dalam studi kajian media maupun komunikasi. Namun, implikasi konsep ini disadari tidak

hanya mendekam pada studi tersebut, tetapi mengalami lintas disiplin seputar kajian budaya, budaya visual, teknik informatika, bisnis marketing, dan lain sebagainya. Pada awal kehadirannya di tahun 1980-an, konsep ini kerap menuai perdebatan di kalangan pakar media – tentu hal ini berlangsung hingga sekarang.

*New media* sendiri merupakan bentuk media yang mengkombinasi dan mengintegrasikan data, teks, suara, gambar yang disimpan dalam format digital dan mengalami distribusi yang masif melalui jaringan internet.<sup>1</sup> Apabila pemahaman ini ditarik ke dalam konteks yang lebih kompleks, tentunya tidak sesederhana pemahaman sebelumnya. *New Media: A Critical Introduction* hendak mengupas kompleksitas *new media* ke dalam sejumlah hal, diantaranya, kehadirannya menandakan titik perubahan dari moderen ke pascamoderen, penekanan terhadap proses globalisasi, era industrial yang beralih menjadi era pasca industrial – dimana hal ini ditandakan dengan kecenderungan masyarakat yang mengkonsumsi teknologi dan informasi.<sup>2</sup>

Tidak heran apabila *new media* menjadi suatu konsep yang mengalami perjalanan lintas disiplin, bahkan ke sejumlah disiplin yang jauh lebih tua dan mapan seperti ekonomi, sosial-humaniora hingga politik. Sebut saja citra seorang kepala negara – dimana adanya perubahan konstruksi citra dari media yang terdahulu ke *new media*. Tentunya ini amat terasa pasca publik mulai menggunakan sosial media sebagai medium untuk berinteraksi dan berpartisipasi dalam menyampaikan pandangan politisnya.

Semakin meningkatnya penggunaan sosial media khususnya *online social networking* – seperti Youtube, Facebook, Instagram telah membuka kesempatan bagi politisi/ kepala negara untuk membangun dialog publik, mengajukan program, mengangkat elektabilitas, dan untuk mengangkat pengaruh politiknya (Vitak, Zube, Smock, Carr, Ellison, & Lampe, 2011;

1 Definisi dari Flew (2002) mengutip dari esai 'Understanding to The Art of Communication of President Jokowi in The New Media Era' dalam teks bahasa inggris "New media is forms of mediacontent that combine and integrate data, text, sound, and image of all kinds; are stored in digital format; and are increasingly distributed through networks"

2 Lister, Martin. 2009. Hl 11

Wheeler, 2013).<sup>3</sup>

Mulai merebaknya citra sebagai sesuatu yang didistribusi melalui sosial media dan dikonsumsi oleh publik turut memberikan kesadaran seorang kepala negara akan citra semacam apa yang hendak dikonstruksi olehnya. Baik disadari maupun tidak disadari adanya penerapan bahasa visual tertentu dari citra-citra yang beredar di sosial media ini. Di mana bahasa visual tersebut menghasilkan sebuah konstruksi tertentu akan citra seorang kepala negara. Apakah bahasa visual yang ada menawarkan satu narasi tertentu atau mengikuti narasi besar layaknya media terdahulu? Media terdahulu yang memiliki kesan menawarkan narasi besar akan ide-ide kepemimpinan, kekuasaan atau otoritas penuh yang dimiliki oleh kepala negara.

Adapun yang menjadi perhatian dalam esai ini yakni pada citra bergerak atau audio visual, hal ini dikarenakan terdapat konstruksi yang jauh lebih kompleks ketimbang citra fotografis. Penanda maupun petanda yang ada tidak hanya terbentuk dalam satu *frame* saja, namun sejumlah *frame* yang bergerak. Selain itu adanya aspek lain yakni suara – bagaimana suara kepala negara turut membentuk ide-ide tertentu.

Bila menelaah lebih jauh, bagaimana bahasa visual yang ada di citra bergerak pada berita televisi? Terlihat pola yang jelas pada bahasa visual yang bernaung di dalamnya. Pola ini terlihat dari bagaimana kepala negara kerap di-*framing* dengan teknik *low angle* – agar dirinya menempati posisi atas. Bukan hanya dari segi *angle*, namun dari segi komposisi – media tidak segan-segan menempatkannya pada bagian yang menarik perhatian (*point of interest*) – dan sering kali ditempatkan pada bagian tengah (*centre*). Bahkan atribut pakaiannya yang formal - jas, kemeja dan dasi – hendak memperlihatkan dirinya dengan seperangkat ide-ide elit dan intelektualitas. Dari penerapan bahasa visual tersebut, terlihat adanya upaya untuk menarasikan diri pemimpin sebagai sosok

3 Rachman, Siti Adwyah. Hl. 1

yang dominan, sentral dan penting. Ini terlihat pada pemberitaan presiden atau perdana menteri yang sedang menyampaikan pidato kenegaraan, saat dirinya membuat suatu pernyataan politis terkait dengan situasi kenegaraan yang sedang berlangsung, kunjungan negara, melambaikan tangan pada publik dan sebagainya.

Dari penerapan bahasa visual yang ada pada berita televisi dan cara media membangunnya—terlihat adanya upaya untuk mengkonstruksi citra ideal akan seorang kepala negara. Media dengan segenap bahasa visual yang dibangunnya hendak memperlihatkan ide-ide kepemimpinan, kekuasaan, kehormatan, elitism dan intelektualitas. Dapat dilihat bahwa ini merupakan narasi besar yang ada pada citra kepala negara ketika itu. Alih-alih ini menjadi ideologi yang kerap bernaung. Ini juga yang membuat konstruksi citra pemimpin mengalami titik perubahan dari narasi besar menjadi narasi yang terfragmentasi. Adanya kecenderungan untuk mempertanyakan kembali ide-ide kepemimpinan, kekuasaan, kehormatan, elitism dan intelektual yang melekat pada citra pemimpin. Tidak dapat dipungkiri ini merupakan upaya untuk menantang ideologi yang sudah mapan.

Dari semua pemaparan yang telah diuraikan, terdapat rumusan masalah yang hendak diajukan di dalam esai ini, yakni:

Bagaimana citra kepala negara dikonstruksi pada era kini? Apa saja yang membedakannya dengan konstruksi citra kepala negara terdahulu?

Esai ini hendak menjadikan fenomena *vlog* Jokowi atau Presiden Joko Widodo sebagai objek kajian terkait dengan upaya mencari tahu bagaimana citra kepala negara dikonstruksi pada era kini. *Vlog* merupakan bagian dari *new media* – suatu medium baru yang berbeda dari citra mekanis maupun elektronik. Adapun upaya untuk melakukan pembacaan terhadap teks *vlog*nya yakni dengan menggunakan pendekatan bahasa film (*film language*) Christian Metz.

## Pembahasan

### Jokowi: Citra Virtual dan Budaya Ngevlog

Para pakar media telah memprediksi kehadiran media baru akhir abad 20. Dugaan ini tentunya bersamaan dengan instrumen komunikasi yang tidak dapat dilepaskan dari kehadiran teknologi digital. Bilamana pada dekade pertama abad 21, media baru dapat dikonsumsi melalui *Personal Computer (PC)*, dekade berikutnya *smartphone* telah berbicara. Hal ini tentu mengubah konstruksi citra kepala negara.

Pertama, dari segi medium. Televisi tidak lagi menjadi satu-satunya medium untuk mendistribusikan video kepala negara. Publik dapat mengonsumsi citra tersebut dari *platform Youtube*. Bahkan dari sosial media seperti *Instagram*. Terdapat sejumlah *platform* di internet yang menyediakan ruang bagi publik untuk mengakses video aktifitas kenegaraan. Dua tahun setelah pelantikan Jokowi sebagai presiden, ia melakukan *launching Youtube channel*-nya yang diberi nama Presiden Joko Widodo pada 26 Mei 2016. Dimana pada tahun sebelumnya, ia memfokuskan diri pada pembuatan akun di beberapa *platform* sosial media lain, seperti Facebook, Instagram dan Twitter.<sup>4</sup>

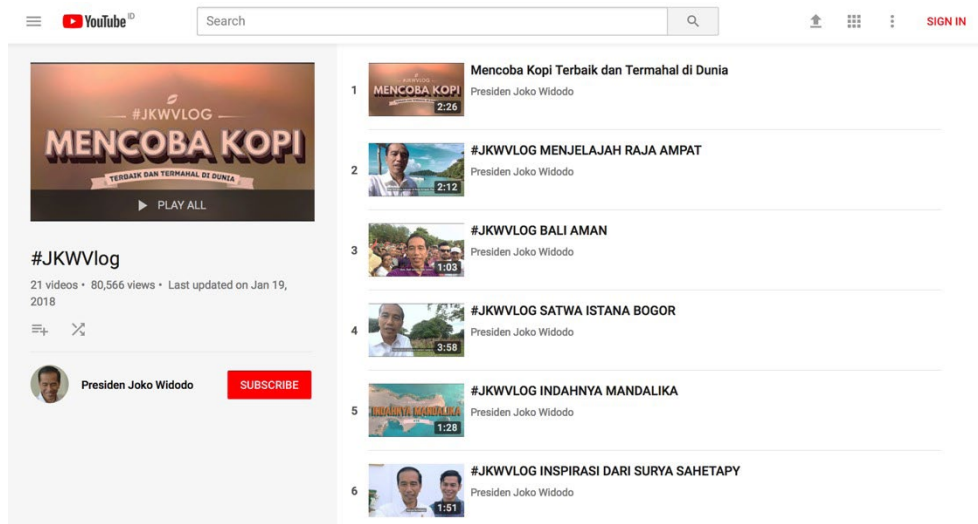
Kedua, dari segi agen yang memproduksi. Media bukan menjadi agen tunggal dalam mengkonstruksi citra kepala negara, namun sekarang ini kepala negara sendirilah agennya – yang memproduksi sekaligus mengkonstruksi ide apa yang hendak diusung oleh citra tersebut. Ini terlihat pada #JKWVLOG – salah satu *playlists* pada akun *Youtube* Presiden Joko Widodo yang berisi *video blog (vlog)* pribadi Jokowi. *Vlog* bila didefinisikan dapat berarti ‘*personal video diary*’ atau ‘*online self expression*’<sup>5</sup> – sebuah video personal dengan kehadiran langsung sang *vlogger* – individu yang melakukan *vlog*. Karakteristik lainnya yakni *vlogger* mengoperasikan kameranya sendiri dan mengarahkan pada dirinya. Tanpa adanya sosok lain yang mengendalikan

4 Purwanto, Ridwan. 2007. Hl 47

5 Goosen, Anerooos. 2015. Hl. 6

kameranya. Kamera tidak terbatas pada *handycam* dengan *monitor* yang dapat diputar, tetapi juga *webcam* pada laptop dan kamera pada *smartphone*. Dari dua puluh satu video yang diunggah di #JKWVLOG, Jokowi kerap menggunakan *smartphone* untuk merekam dirinya. Meskipun, ia tidak menjadi agen -tunggal – karena adanya tim sekretariat presiden Biro Pers, Media dan Informasi yang mengedit materi video, musik dan interteks yang dibutuhkan.

Ketiga, konten teks beserta bahasa visual yang ada pada videonya. Bagaimana konten teks dan bahasa visual yang dibangun dalam citra vlog Jokowi? Bila melihat dari segi konten teks, terdapat topik pembahasan yang sifatnya berpola. Topik bersandar pada kegiatan Jokowi, dari mulai aktifitas santai di Istana Negara, wisata ke sejumlah kota di Indonesia, kunjungan ke daerah untuk melihat *progress* program pemerintahan dan pertemuan dengan kepala negara lain. Selebihnya belum menjadi sesuatu yang terlihat memiliki pola.



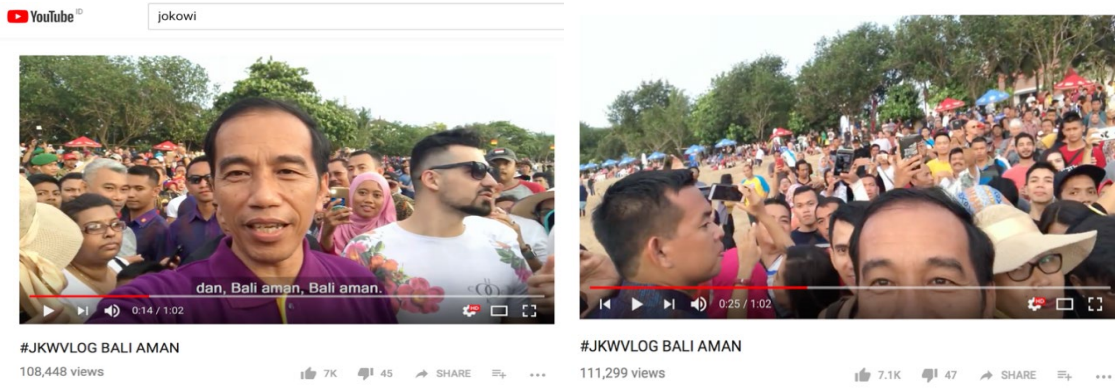
Gambar 1 Tampilan #JKWVLOG (Screen Capture pada 25 Februari 2018)

Namun, dari dua puluh satu video yang ada, hanya dipilih tiga video yang mewakili tiga topik yang berbeda – untuk melihat segi konten teks dan bahasa visual yang ditawarkan. Ketiga video tersebut diantaranya, 1.) #JKWVLOG BALI AMAN (Topik Wisata) 2.) #JKWVLOG Bersama Para Pekerja Waduk Sei Gong di Batam (Topik Kunjungan Program Pemerintah) dan 3.) #JKWVLOG Jamuan Makan Siang Bersama Raja Salman (Topik Pertemuan dengan Kepala Negara lain). Alasan dipilihnya tiga vlog ini yakni vlog yang memiliki tawaran tertentu terkait dengan penggunaan medium dan bahasa yang dihasilkannya. Selain itu, jumlah *viewer* dan tingkat popularitasnya dalam artikel web

*news*.

Bila mengamati konten teks dan bahasa visual yang bernaung dalam tiap-tiap videonya akan terlihat adanya pola yang berulang. Perhatikan monolog yang disampaikan Jokowi pada *vlog* berikut ini:

“Sore hari ini saya ada di Pulau Dewata, Pulau Bali. Dan Bali aman, bali aman. Kalau kita lihat ini, sore hari ini, saya berada di Pantai Kuta. Ramai sekali. Coba lihat. Ramai, ramai, ramai, ramai. Ramai sekali, ramai sekali. Ramai sekali, ramai sekali. Ramai sekali.”  
[Perkataan Jokowi dalam #JKWVLOG BALI AMAN]



Gambar 2. #JKWVLOG BALI AMAN (Sumber: Screenshot pada 18 Maret 2018)

Bila melihat dari segi konten teks, terdapat tiga hal yang dapat dipahami. Pertama, Jokowi kerap memberikan pengantar mengenai aktifitas yang sedang dilakukannya. Kedua, bila mengamati penggunaan tata bahasanya – ia kerap memilih kata yang sederhana, bukan yang sulit. Ketiga, dilihat dari cara pengucapannya – ada *gap* antara satu kata ke kata lainnya. Bukan bentuk pengucapan yang lancar dan lugas. Selain itu, adanya pengulangan kata. Terkesan spontan – tanpa adanya *script*.

Dari segi bahasa visual, ada satu yang menarik dan perlu digaris bawahi – yakni penerapan *highangle* pada kamera *smartphone*-nya yang membuat dirinya menempati posisi bawah dalam *frame*. Khususnya saat dirinya ingin memperlihatkan kondisi Pantai Kuta Bali yang ramai oleh pengunjung. Fokus perhatian (*focus of*

*interest*) tidak ditempatkan pada diri Jokowi, namun bergerak pada para pengunjung – di mana mereka melambaikan tangan dan sebagai merekam apa yang dilakukan oleh presiden mereka. Jokowi hendak menempatkan dirinya sejajar dengan publik. Presiden dan publik berbagi bersama di dalam satu *frame*.

Dari segi penggunaan kaos polo yang berwarna ungu-pun – sebuah atribut pakaian yang biasa dikenakan publik. Warna serta pakaian yang dihadirkan di dalam *frame* tidaklah menjadi dominan karena tercampur dengan berbagai warna pakaian lain para pengunjung. Ia seperti hendak menempatkan dirinya sederajat dengan publik. Layaknya publik, ia juga memiliki hasrat ingin berwisata di pinggir pantai menikmati angin senja Pantai Kuta. Mari berpaling pada *vlog* lain di luar topik wisata, yakni topik kunjungan program pemerintahan.



Gambar 3. #JKWVLOG Proyek waduk Sei Gong (Sumber: Screenshot pada 18 Maret 2018)

“Oke jadi ini, proyek..waduk.. Sei Gong.. di Batam.. yang dimulai dari 2016.. dan mungkin akan selesai.. kira-kira.. akan selesai kira-kira... nanti.. pertengahan atau paling lambat akhir 2018. Dan kalau kita lihat, setiap pekerjaan proyek infrastruktur .. pasti melibatkan.. tenaga kerja yang sangat banyak sekali .. seperti yang kita lihat di waduk Sei Gong ini... Semuanya ini dari Sabang sampai Merauke .. Coba lihat dari mana?”

“Sabang sampai Merauke.”

Pertama, sama halnya seperti vlog sebelumnya – cara ia mengartikulasikan kata-katanya pelan, tidak terburu-buru dan terkesan spontan. Tata bahasa yang digunakan juga tetap sederhana. Namun, dari segi bahasa visual – yang menarik disini ia tidak hanya menjadikan dirinya pusat perhatian (*central of attention*) namun ia membaginya pada para pekerja yang ada di waduk Sei Gong. Tiap-tiap pekerja yang melontarkan asalnya diberikan *frame* dengan porsi komposisi yang dominan. Dari segi *angle*, Jokowi menempatkan *eye level* yang sama dengan para pekerja.

Bila melihat *vlog* ketiga, saat adanya kunjungan kenegaraan Raja Salman dari Saudi Arabia ke Indonesia. Jokowi meluangkan waktunya untuk *ngevlog* di tengah-tengah makan siang keduanya. Ini

memperlihatkan bagaimana citra kunjungan kenegaraan – tidak lagi diperlihatkan saat kedua kepala negara memberikan pidato singkat di podium Istana Negara. Namun, menjadi lebih intim – yakni pada saat makan siang. Suatu hal yang tidak ditemui pada citra bentukan media televisi terdahulu. Raja Salman dibuat dengan *eye level* yang sama dengan Jokowi. Ia mengutarakan rasa terima kasih dan bahagianya saat berada di Indonesia dengan bahasa arab – yang kemudian diterjemahkan oleh penerjemah di sampingnya.

### Konstruksi Citra Kepala Negara: Perbandingan Dulu dan Kini

Dengan menganalisis bahasa visual dalam *vlog* Jokowi dapat dipahami ada sejumlah konsekuensi yang terjadi saat seorang kepala negara menjadi agen yang memproduksi dan mendistribusikan citranya. Di antaranya pergeseran bahasa visual dalam teks citra. Bilamana dahulu kepala negara kerap di-*framing* menggunakan teknik *low angle*, sekarang dengan *vlog* kepala negara mem-*framing* dirinya sesuai *eye level* bahkan juga dengan teknik *high angle*. Terkait dengan citra Jokowi – adanya konotasi yang menawarkan ide akan dirinya yang ingin ditempatkan setara dengan publik. Ini dapat terlihat salah satunya pada *vlog* #JKWVLOG



Gambar 4 #JKWVLOG Bersama Raja Salman (Screencapture 18 Maret 2018)

## BALI AMAN.

Bukan hanya *angle* semata, namun pilihan kepala negara untuk menjadi satu *frame* dengan publiknya – itu terbentuk di dalam *vlog*. Dahulu *shot* antara kepala negara yang menyapa dan *shot* publik melambatkan tangan kerap dipisah, dan disusun pada tahapan *editing*. Namun kini, itu cukup dengan satu *shot*. Selain perkara *angle* dalam *framing* dan keputusan satu *shot*, hal lain yang cukup menjadi perhatian yakni bagaimana Jokowi memframing para pekerja dengan komposisi yang juga dominan – menempatkan mereka dalam pusat perhatian (*centre of attention*) – sama seperti dirinya. Ini terlihat pada saat ia berkunjung dan membuat vlog ditengah-tengah para pekerja waduk Sei Gong.

Selain itu, pada #JKWVLOG Bersama Raja Salman memperlihatkan bukan hanya diri Jokowi seorang sebagai kepala negara, namun bagaimana dirinya ketika bersanding dengan kepala negara lain. Bagaimana ia mem-*frame* dirinya bersama dengan seorang raja melalui *smartphone*? Seorang kepala negara dari negara yang menganut sistem monarki dan identik dengan nilai-nilai konservatif. Nilai ini tidak semata terbentuk dari sosok sang raja, namun juga terbangun melalui citra negara Saudi Arabia di mata dunia selama ini – dengan segenap kebijakan dalam negeri maupun luar negerinya. Konservatifme yang dilambangkan melalui sosok raja berumur beserta sistem monarkinya dan modernitas yang dilambangkan melalui Jokowi, *smartphone* dan kegiatan *ngevlog*-nya. Alhasil, dapat terlihat adanya dua nilai yang hendak dileburkan dalam satu *frame*. Konteks dua nilai ini menjadi menarik bila dikaitkan dengan upaya esai ini dalam membaca konstruksi citra hubungan kenegaraan yang terjadi kini.

Tawaran hubungan kenegaraan yang biasanya diperlihatkan melalui pidato dari masing-masing kepala negara, bendera kedua negara, kepala negara yang saling berjabat tangan dan menanda-tangani perjanjian – *vlog* ini justru memperlihatkan

kepala negara di tengah-tengah makan siang, perbincangan ringan seputar negara, adanya upaya untuk membentuk hubungan yang intim.

Dari pemaparan cara Jokowi mengkonstruksi citranya di dalam *vlog*, dapat terlihat adanya upaya untuk menghancurkan narasi besar citra seorang kepala negara. Segala nilai seputar ide kepemimpinan, kekuasaan, dominan, sentral, intelektualitas seperti hendak ditantang olehnya. Kekuasaan yang kerap direpresentasikan dengan teknik *low angle*, kini ditantang dengan penerapan teknik *eye level* dan *highangle* - dengan *frame* kepala negara bersama dengan publik. Ide tentang dirinya yang dominan dan sentral pada komposisi dihancurkan karena dirinya juga men-*shoot* para pekerja (publik) dengan cara yang sama. Intelektualitas yang kerap terbangun melalui atribut jas, dasi kemeja dan penyampaian pidato yang baik dan lugas – ditantang dengan atribut pakaian kemeja putih atau bahkan kaos polo ungu. Kata-kata yang diutarakannya sederhana bahkan kerap adanya pengulangan.

### Kesimpulan

Dengan menganalisis konten teks serta bahasa visual yang terdapat di dalam *vlog* Jokowi, dapat disimpulkan adanya perubahan konstruksi citra kepala negara yang dahulu dan yang sekarang. Tentunya ini dipengaruhi oleh sejumlah faktor. Faktor-faktor tersebut diantaranya 1.) perubahan medium dari video televisi hingga video personal *vlog* yang dapat diakses melalui internet. 2.) agen yang memproduksi dan mendistribusikan – bila dahulu didominasi oleh media konvensional, kini kepala negara turut berpartisipasi baik sebagai yang memproduksi maupun yang mendistribusikan. Kepala negara tidak lagi menjadi objek semata, namun dirinya kini merupakan subjek. 3.) instrumen rekam – bila dahulu menggunakan kamera *betacam*, namun kini cukup dengan *smartphone*. Ini juga yang membuat kegiatan *vlog* menjadi *user-friendly* bagi penggunaannya. 4.) akses



publik. Bila pada era televisi, publik terkesan begitu pasif, namun berbeda dengan era kini di mana publik memiliki kecenderungan partisipatif di dalam dunia maya (*netizen*).

Faktor-faktor tersebut secara tidak langsung turut mempengaruhi teks –atau dalam hal ini bahasa visual yang ada di dalam *vlog* tersebut. Bukan hanya faktor perubahan medium, agen, instrumen rekam semata, tetapi bagaimana bahasa yang dituturkan juga turut menghasilkan makna yang berbeda. Transformasi bahasa visual ini yang hendak menjadi perhatian dalam esai ini. Bilamana bahasa visual dalam citra seorang kepala negara terdahulu kerap menempatkan diri mereka sebagai pusat perhatian di *frame* (*centre of attention*) dengan sudut pengambilan yang didominasi oleh *low angle*, maka tidak demikian dengan citra kepala negara sekarang. Dengan adanya *vlog* – dimana dirinya mampu merekam sendiri, tawaran bahasa visual yang hadir pun tidak bergelombang di situ saja. Kini ia tidak mesti menjadikan dirinya pusat perhatian di *frame*, ia dapat berbagi dengan sosok-sosok disekitarnya. Tidak lagi menggunakan *low angle*, namun ia bisa mengambil pengambilan secara *eye level* hingga *high angle*. Jarak antara dirinya dan kamera-pun lebih dekat – sehingga menghasilkan keintiman tersendiri dengan penontonnya. Berbeda dengan dengan dahulu, dimana *cameraman* mesti menggunakan *zoom lens* guna mendapatkan shot kepala negara yang lebih padat.

Transformasi ini menjadi narasi yang ditawarkan oleh *vlog* Jokowi, ia tidak lagi menjunjung tinggi narasi akan kepemimpinan yang sudah mapan sebelumnya. Narasi pada bahasa visual yang mengkonstruksi citra kepala negara sebagai sosok yang sentral, penting dan besar. Kehadiran *vlog*-nya menawarkan ide-ide akan kepala negara yang kini melebur dengan publiknya, ide akan ‘besar’ tampak ditransformasi menjadi ‘wong cilik’ – mengingatkan latar belakang Jokowi sebelum ia kini menjadi presiden, selain itu penggunaan bahasa yang tidak

formal dan sederhana – menghasilkan ide-ide bahwasanya kepala negara tidak mesti melekat dengan ide-ide intelektualitas. Inilah yang bagi penulis, bahwasanya Jokowi dengan *vlog*-nya memperlihatkan dengan jelas bagaimana cara kepala negara kini menawarkan narasi yang terfragmentasi melalui *new media*.

#### Daftar Pustaka

- Amir Piliang, Yasraf. 2010. *Dunia yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-batas Kebudayaan*. Matahari: Bandung.
- Benjamin, Walter. 2006. ‘The Work of Art in the Ages of Mechanical Reproduction’. *Media and Cultural Studies: Keywords*. (ed) Meenakshi Gigi Durham & Douglas M. Kellner. Blackwell Publishing: Malden.
- Mirzoeff, Nicholas. 1999. *Visual Culture: An Introduction*. Routledge: London and New York.
- Panofsky, Erwin. 2006. ‘Studies in Iconology’. *Images: A Reader Ed. Sunil Magnani, Arthur Piper and Jon Simons*. Sage Publication: Los Angeles.
- Lister, Martin. 2009. *New Media A Critical Introduction: Second Edition*. Routledge: London and New York
- Jurnal**
- Goosen, Anneroo. 2015. *A Vlogger’s Discourse: New Bodies in Online World*. Ku Leuven University: Leuven.
- Purwanto, Ridwan. 2017. *Understanding to The Art of Communication of President Jokowi in The New Media Era*. Universitas Sebelas Maret: Solo.
- Marpaung, Siti A Malik. 2017. *The Construction of Candidate’s Political Image on Social Media: A Thematic Analysis of Facebook Comments in the 2014 Presidential Election in Indonesia*. California State University San Bernardino: San Bernardino.
- Artikel Berita**
- Liputan 6. Ini Vlog Jokowi yang Tuai Pujian Hingga Dunia Internasional diakses dari <http://news.liputan6.com/read/3136089/ini-vlog-jokowi-yang-tuai-pujian-hingga->



dunia-internasional pada 25 Februari 2018 pukul 10.55 WIB

Liputan 6 News. Jokowi, Sang Presiden yang Hobi Nge-Vlog diakses dari <http://citizen6.liputan6.com/read/3301293/jokowi-sang-presiden-yang-hobi-nge-vlog> pada 25 Februari 2018 pukul 10.56 WIB

The Jakarta Post. Explore the Archipelago Through Jokowi's Vlogs diakses dari <http://www.thejakartapost.com/travel/2018/01/19/explore-the-archipelago-through-jokowis-vlogs.html> pada 25 Februari pukul 11.20 WIB

The Jakarta Post. Jokowi's Vlogs Entertaining But Public Need To Be More Critical diakses dari <http://www.thejakartapost.com/academia/2017/09/28/jokowis-vlogs-entertaining-but-public-needs-to-be-more-critical.html> pada 25 Februari pukul 11.23 WIB

Quora Digest. 'What do you think about Indonesian Preseident Jokowi's Vlog JKWVLOG ?' diakses dari <https://www.quora.com/What-do-you-think-about-Indonesian-President-Jokowis-Vlog-JKWVLOG> pada 25 Februari pukul 12.20 WIB

MediaKix. 'What is Vlogging? History, Definition and More.' Diakses dari <http://mediakix.com/2016/12/what-is-vlogging-definition-examples-history/#gs.eKH5g1M> pada 10 Maret pukul 09.40 WIB.