



***PRESENTASI DIRI PRESIDEN JOKO WIDODO DALAM VLOG DI YOUTUBE***

***SKRIPSI***

**Disusun Oleh**

**Nama : Kerin Priscilla**

**NIM : 1306015064**

**Peminatan : Penyiaran**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kerin Priscilla  
NIM : 1306015064  
Program Studi: Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Penyiaran  
Judul : Presentasi Diri Presiden Joko Widodo-dalam Vlog di YouTube

Demikianlah saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan dicabutnya gelar akademik saya.

Demikianlah saya menyatakan ini saya buat dengan sebenarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan selengkap-lengkapnya.

Jakarta, 25 November 2017

Yang Menyatakan


  
Tanda Tangan  
Kerin Priscilla

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Presentasi Diri Presiden Joko Widodo dalam Vlog  
di YouTube  
Nama : Kerin Priscilla  
NIM : 1306015064  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Pembinaan : Perry Izzan

Telah diperiksa dan disetujui  
Untuk mengikuti skripsi oleh:

  
Dr. Sri Manika, M.Si

Pembimbing I

Tanggal: 5 Desember 2023

  
Dini Wahyuni, S.Sos., M.I.Kom.

Pembimbing II

Tanggal: 5 Desember 2023

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
PROF. DR. HAMKA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Presentasi Diri Presiden Joko Widodo dalam Vlog di YouTube  
Nama : Kerin Priscilla  
NIM : 1306015064  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Penyiaran

Telah dipertahankan di hadapan pengaji pada sidang skripsi  
yang dilaksanakan pada hari Sabtu, tanggal 9 Desember 2017, dan dinyatakan

LULUS.

  
Said Romadhon, S.Sos., M.Si.

Penguji I

Tanggal: 10/01/18

  
Gilang Kurni P., S.Sos., M.Ikom

Penguji II

Tanggal: 9/11/2018

  
Dr. Sri Mustika, M.Si.

Pembimbing I

Tanggal: 11/01/18

  
Eini Widiyati, S.Sos., M.Ikom

Pembimbing II

Tanggal: 11/01/18

Mengotahui,  
Dekan

  
Said Romadhon, S.Sos., M.Si

## ABSTRAK

Judul : Presentasi Diri Presiden Joko Widodo dalam Vlog di YouTube  
Nama : Kerin Priscilla  
NIM : 1306015064  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Penyiaran  
Halaman : 148 + xiii halaman + 4 tabel + 9 lampiran

YouTube merupakan salah satu media sosial yang sedang diminati oleh masyarakat. Di dalam YouTube terdapat *vlog*, yaitu video *blogging* yang menampilkan aktivitas pribadi *vlogger* (pelaku pembuat *vlog*) *Vlogger* pada umumnya berusia 19-25 tahun. Namun tidak menutup kemungkinan orang dewasa menjadi seorang *vlogger*, seperti halnya Presiden RI Joko Widodo, membuat *vlog* agar masyarakat dapat mengetahui sisi lain dari seorang Presiden. Jokowi menggunakan *vlog* sebagai media untuk memberikan informasi program kerja yang sedang dikerjakan.

Penelitian ini mengkaji tentang presentasi diri Presiden Joko Widodo dalam *vlog* hariannya. Melalui Teori Presentasi diri dari Ervin Goffman presentasi diri yang dilakukan Jokowi. Menurut Goffman, interaksi sosial merupakan pertunjukan teater. Setiap orang memainkan perannya berupa tindakan verbal dan nonverbal yang dipilih secara hati-hati untuk mengekspresikan diri dan dapat berubah dari suatu situasi ke situasi lain berdasarkan kepentingan individu. Salah satu aturan dasar interaksi sosial adalah komitmen saling timbal-balik antar individu-individu yang terlibat dalam peran (*role*) yang harus dimainkannya.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dan jenis penelitiannya adalah deskriptif. Analisis isi kualitatif dengan melihat dari isi *vlog* Jokowi dengan mengamati pakaian, gaya bahasa, dan gestur dari Jokowi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jokowi membuat *vlog* untuk mempresentasikan dirinya kepada publik. Dalam *vlog* Jokowi menggambarkan sisi lain dirinya saat menjadi kepala keluarga. Ia menjadi sosok yang sederhana dengan menggunakan bahasa sehari-hari sedangkan saat menjadi kepala Negara ia menjadi sosok yang tegas, optimis, ramah, komunikatif dan merakyat. Kontribusi penelitian ini menggunakan kontribusi akademis, kontribusi metode, kontribusi praktis, kontribusi sosial.

Kata Kunci: Presentasi Diri, Presiden Jokowi, *Vlog*

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Tuhan YME yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya hingga terselesaikannya skripsi yang berjudul “Presentasi Diri Presiden Joko Widodo dalam Vlog di YouTube” Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Sang Uswatun Hasanah, Nabi Besar Muhammad Saw beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi mahasiswa untuk memperoleh secara sarjana Ilmu Komunikasi dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof.Dr.HAMKA. Dalam penyusunan ini penulis mengalami berbagai kendala, namun berkat kemudahan yang diberikan Allah Swt serta bantuan dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- 1 Keluarga penulis Papa, Mama, Bude Irah, Adik dan Om Saidi. Terimakasih dukungan serta semangat yang telah diberikan. Doakan selalu agar Kerin dapat selalu membuat bangga kalian.
- 2 Said Romadlan, S.Sos, M.Si Dekan FISIP UHAMKA sekaligus penguji I yang membantu proses revisi dan mengesahkan skripsi penulis.
- 3 Dr. Sri Mustika, M.Si Wakil Dekan FISIP UHAMKA sekaligus Dosen Pembimbing I yang senantiasa memberikan bimbingan, petunjuk, saran, kesabaran dalam menyelesaikan skripsi dan juga memberikan perhatian, pengertian disaat penulis menerima masalah diluar urusan kampus.
- 4 Dini Wahdiyati S.Sos, M.I.Kom Ketua Program Studi FISIP UHAMKA sekaligus Dosen pembimbing II yang senantiasa memberikan bimbingan, petunjuk, saran dan kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi .
- 5 Gilang Kumari Putra, S.Sos., M.I.Kom Dosen FISIP UHAMKA sekaligus penguji II yang membantu dalam revisi dan mengesahkan skripsi penulis.
- 6 Nukman Luthfie Pengamat media sosial dan internet yang menjadi narasumber dalam penelitian ini sehingga penelitian ini mendapatkan data yang akurat dan menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.
- 7 Lestari Maharani yang membantu mempertemukan dengan narasumber dan mengurus berkas yang diperlukan penulis .



- 8 Teman-teman penulis FISIP angkatan 2013, terutama Dina Noer, Dian Anggraeni, Erlina Verani dan Andini Nasta atas doa, semangat dan bantuan yang selalu diberikan. Sukses selalu dan jangan lupa indah pertemanan kita selama ini. Sampai jumpa dilain waktu. Love you.
- 9 Sahabatku Relianie Shafira, Lina Hardiyanty, Panjim Aditya Suarli, Ridho Rizaldi, Gizka Dira Gama Sari dan Rizka Ayu Prasetya yang selalu memberikan semangat dan menemani selama proses pembuatan skripsi ini.
- 10 Dan untuk Jodohku kelak, Terima kasih telah mendoakanku, Penulis sadar bahwa anak cerdas dan berakhlak berasal dari wanita yang cerdas dan berakhlak untuk itu penulis menyelesaikan skripsi ini, semoga kita dapat segera dipertemukan.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan bagi pembaca serta mampu dijadikan referensi bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian yang sejenis.



Jakarta, 27 September 2017

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL (COVER)</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	15
1.3. Pembatasan Masalah .....	15
1.4. Tujuan Penelitian .....	15
1.5. Kontribusi Penelitian .....	16
1.4.1 Kontribusi Akademis .....	16



1.4.2 Kontribusi Metode .....	16
1.4.3 Kontribusi Praktis .....	16
1.4.4 Kontribusi Sosial .....	16
1.6. Kelemahan dan Keterbatasan penelitian.....	17
1.7. Sistematika Penulisan .....	17
<b>BAB II LANDASAN PEMIKIRAN .....</b>	<b>19</b>
2.1. Paradigma Penelitian .....	19
2.2. Hakekat Komunikasi .....	21
2.2.1 Definisi Komunikasi .....	22
2.2.2 Fungsi Komunikasi .....	24
2.2.3 Konteks Komunikasi .....	27
2.2.4 Elemen Komunikasi .....	30
2.2.5 Model Komunikasi .....	31
2.3. Penyiaran .....	33
2.3.1 Definisi Penyiaran .....	33
2.3.2 Media Penyiaran .....	34
2.3.3 Karakteristik Media Penyiaran .....	35
2.4. Komunikasi Massa .....	37
2.4.1 Definisi Komunikasi Massa .....	37
2.4.2 Asal-usul Komunikasi Masa .....	39
2.4.3 Karakteristik Komunikasi Massa .....	45
2.4.4 Fungsi-fungsi Komunikasi Massa .....	47
2.4.5 Elemen Komunikasi Massa .....	49

2.5. Media Baru .....	54
2.5.1 Definisi Media Baru .....	54
2.5.2 Karakteristik Media Baru .....	55
2.5.3 Jenis-jenis Media Baru .....	58
2.6. Teori Presentasi Diri Goffman.....	59
2.6.1 Strategi Presentasi Diri .....	63
2.6.2 Gaya Presentasi Diri .....	67
2.6.3 Pengungkapan Diri (self-disclosure) .....	69
2.6.4 Tingkat-tingkat Pengungkapan Diri .....	70
2.7. Citra Diri .....	72
2.8.1 Pengertian Citra Diri .....	72
2.8.2 Aspek-aspek Citra Diri .....	73
2.8.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Citra Diri .....	75
2.8.4 Proses Pembentukan Citra .....	76
2.8.5 Respon Perilaku/Opini Publik .....	79
2.8. Konsep Diri .....	81
2.9. Presentasi Diri .....	82
2.10. YouTube .....	84
2.11. Vlog Joko Widodo .....	87
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN .....</b>	<b>89</b>
3.1 Pendekatan, Jenis, dan Metode Penelitian .....	89
3.1.1 Pendekatan Kualitatif .....	89
3.1.2 Jenis Deskriptif .....	92

3.1.3 Metode Analisis Isi .....	93
2.1. Pemilihan Media .....	95
3.2 Penentuan Metode narasumber .....	95
3.3.1 Narasumber .....	95
3.3.2 Teknik Penentuan Informan .....	96
3.3 Metode Pengumpulan data .....	98
3.4 Metode Analisis Data .....	101
3.5 Jadwal penelitian .....	102
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>103</b>
4.1 Objek Penelitian .....	103
4.1.1 YouTube .....	103
4.1.2 Vlog Jokowi .....	105
4.2 Profil Narasumber .....	107
4.3 Hasil penelitian .....	108
4.4 Analisis Isi Kualitatif .....	126
4.5 Pembahasan .....	132
<b>BAB V PENUTUPAN .....</b>	<b>143</b>
5.1 Simpulan .....	143
5.2 Saran .....	144
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>145</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Sifat Media Penyiaran .....	36
Tabel 2.2 Motivasi pengelolaan kesan.....	60
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian .....	101
Tabel 4.2 Hasil Penelitian.....	107



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Interaksional .....	32
Gambar 2.2 Model Pembentukan Citra Diri .....	77



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Dalam era globalisasi perkembangan teknologi komunikasi dan informasi menjadi hal yang sangat penting bagi masyarakat. Salah satunya dengan adanya internet. Internet berasal dari dua kata *interconnected* dan *network interconnected* yang berarti jaringan dari sistem komputer itu sendiri, yang dihubungkan dengan jalur jalur transmisi alat komunikasi membentuk suatu sistem. Lani Sidharta, menyatakan bahwa internet adalah suatu interkoneksi sebuah jaringan komputer yang dapat memberikan layanan informasi secara lengkap dan terbukti bahwa internet dilihat sebagai media maya yang dapat menjadirekan bisnis, politik, sampai hiburan semuanya tersaji lengkap di dalam media ini.

Menurut Strauss, El-Ansary, dan Frost (2003). Internet adalah keseluruhan jaringan komputer yang saling terhubung satu sama lain. Beberapa komputer – komputer yang saling terhubung di dalam jaringan ini menyimpan dan juga memiliki beberapa file yang bisa diakses dan digunakan seperti halaman web, dan juga data lainnya yang bisa digunakan dan juga diakses oleh berbagai komputer yang saling terhubung dengan Internet. Perkembangan teknologi internet mampu menciptakan suatu perubahan dalam kehidupan masyarakat, sehingga tanpa disadari manusia telah hidup dalam dua kehidupan yaitu kehidupan masyarakat nyata dan kehidupan masyarakat maya ( *cyber community* ). Melalui internet, seseorang dapat melakukan kontak atau hubungan secara tidak langsung dengan komunitas dunia maya lainnya.

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Ada beberapa pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antar manusia, media yang paling dominan dalam berkomunikasi adalah panca indra manusia seperti mata dan telinga. Pesan-pesan yang diterima panca indra selanjutnya diproses dalam pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan. Media yang dimaksud ialah media yang digolongkan atas empat macam yakni media antar pribadi, media kelompok, media publik, dan media massa. Media massa terdiri dari media massa cetak dan media massa elektronik. Media massa cetak terdiri dari majalah, surat kabar, buku. Sedangkan media massa elektronik terdiri dari televisi, radio, film, internet, dan lain-lain. Media cetak seperti majalah, surat kabar, dan buku justru mampu memberikan pemahaman yang tinggi kepada pembacanya, karena ia sarat dengan analisa yang mendalam dibanding media lainnya ( Cangara, 2005:128 ).

Dari media massa yang bersifat massal lalu bermunculah kebutuhan media lain yaitu Media social. Media sosial menggambarkan sebuah media sehingga para pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi dan memberi kontribusi di dalam media tersebut. Karakteristik umum yang dimiliki setiap media sosial yaitu adanya keterbukaan dialog antar para pengguna. Sosial media dapat dirubah oleh waktu dan diatur ulang oleh penciptanya, atau dalam beberapa situs tertentu, dapat diubah oleh suatu komunitas. Selain itu sosial media juga menyediakan dan membentuk cara baru dalam berkomunikasi. Seperti diketahui, sebelum muncul dan populernya media sosial, kebanyakan orang berkomunikasi dengan cara sms atau telpon lewat handphone. Namun sekarang dengan adanya media sosial, orang cenderung berkomunikasi lewat layanan obrolan (*chat*) atau berkirim pesan lewat layanan yang tersedia di media sosial (Karjaluoto, 2008: 2). Media social adalah media online yang mendukung



interaksi sosial. Social media menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain : blog, twitter, facebook wikipedia dan youtube.

Youtube merupakan situs video yang menyediakan berbagai informasi berupa gambar bergerak dan bisa diandalkan. Situs ini memang disediakan bagi mereka yang ingin melakukan pencarian informasi video dan menontonnya langsung. Kita juga bisa berpartisipasi mengunggah (mengupload) video ke server youtube dan membaginya ke seluruh dunia (Baskoro, 2009:58). Kebanyakan konten dari youtube diunggah oleh individu. Pengguna tak terdaftar dapat menonton video, sementara pengguna terdaftar dapat mengunggah video dalam jumlah tak terbatas. Video-video yang dianggap berisi konten dewasa hanya bisa ditonton oleh pengguna terdaftar berusia 18 tahun keatas.

Youtube mengelompokkan konten-konten yang terdapat di dalamnya seperti video yang berisi hiburan atau informasi (berita). Salah satu konten Video yang berisi tentang hiburan yaitu *Vlog*. *Vlog* merupakan kegiatan video blogging dengan menggunakan medium video dan memanfaatkan visual sebagai sebuah media sharing (berbagi) video dari informasi hingga kegiatan sehari – hari. *Vlog* (video blogging) sendiri dapat dibuat dalam bentuk rekaman suatu gambar atau rekaman yang dipotong ke beberapa bagian. Seseorang dapat menyunting video yang mereka buat dan memadukannya dengan audio sehingga menjadi suatu rekaman video blogging.

Di dalam *Vlog* selain menyediakan konten hiburan juga dapat memberikan informasi sesuai keinginan para *Vlogger* (pelaku pembuat video blogging) . Dengan seiring berjalannya waktu perkembangan vlog di indonesia semakin *Booming* (Terkenal) untuk disemuakalangan dan banyak macam – macam konten yang dibuat para vlogger. *Vlogger* pada umumnya

adalah anak muda berusia 19-25 thn. Namun, tidak menutup kemungkinan vlogger bisa saja berasal dari kalangan orang dewasa seperti halnya yang dilakukan oleh Bapak presiden RI H. Joko Widodo atau dikenal sebagai bapa Jokowi. ia rajin mengunggah videonya dalam bentuk *Vlog* yang berisi tentang Proker (Program kerja) dan juga kegiatan sehari – harinya bersamakeluarga. Didalam vlognya Bapak Jokowi menggambarkan tentang bagaimana ia mempersentasikan dirinya saat menjadi Presiden dan disaat membuat *Vlog* bersama keluarganya. Sebagaimana di ketahui bahwa seorang Presiden memiliki sikap yang berwibawa, bijaksana, dan tegas. Lalu, bagaimana seorang Presiden bisa membuat vlog di sela – sela kesibukannya dan juga bagaimana seorang Presiden mempersentasikan dirinya saat menjadi Presiden dan disaat menjadi seorang ayah bagi keluarganya.

Dilihat dari boomingnya *Vlog* tujuan dari setiap orang berbeda dalam membuat *Vlog*, salah satunya sebagai media informasi bagi para penonton. Dalam pembuatan *Vlog* kita juga membuat konsep agar para penonton tetap tertarik menonton *Vlog* yang kita buat selain memberikan informasi media dapat menjadi media hiburan seperti vlog daily (video sehari – hari) adapun yang membuat challenge (tantangan). Seperti yang dilakukan Jokowi dalam *Vlog*nya ia menggambarkan tentang aktifitasnya saat sedang bekerja seperti saat peresmian terminal pulogadung, atau saat makan bersama dengan raja salman. Adapun *Vlog* lainnya yang dilakukan dengan anaknya. hal yang ingin disampaikan bahwa Jokowi ingin memberikan gambaran kepada masyarakat luas bahwa ia sebagai presiden tidak harus soal negara juga tapi ada saatnya ia membutuhkan hiburan & mengikuti perkembangan teknologi. Adapun hal lain yang di sampaikan melalui vlognya bahwa Jokowi ingin mengajarkan tentang transparansi kinerja seorang presiden supaya masyarakat mengetahui aktifitas Jokowi.

Pada dasarnya, setiap orang memiliki langkah-langkah khusus dalam mempresentasikan dirinya kepada orang lain. Dalam karyanya berjudul *The Presentation of Self in Everyday Life*, Erving Goffman (1959) menyatakan bahwa individu, disebut aktor, mempresentasikan dirinya secara verbal maupun non – verbal kepada orang lain yang berinteraksi dengannya. Presentasi diri atau sering juga disebut manajemen impression (*impression management*) merupakan sebuah tindakan menampilkan diri yang dilakukan oleh setiap individu untuk mencapai sebuah citra diri yang diharapkan. Presentasi diri yang dilakukan ini bisa dilakukan oleh individu atau bisa juga dilakukan oleh kelompok individu, tim atau organisasi (Boyer, 2006:4).

Dalam proses presentasi diri biasanya individu akan melakukan pengelolaan kesan (*impression management*). Pada saat ini, individu melakukan suatu proses ketika dia akan menyeleksi dan mengontrol perilaku mereka sesuai dengan situasi dimana perilaku itu dihadirkan serta memproyeksikan pada orang lain suatu image yang diinginkannya. Kita melakukan hal tersebut, karena kita ingin orang lain menyukai kita, ingin mempengaruhi mereka, ingin memperbaiki posisi, memelihara status dan sebagainya. (Tri Dayakisni, 2009:72).

Presentasi diri dapat memiliki beberapa tujuan. Seseorang mungkin ingin disukai, nampak kompeten, berkuasa, budiman atau menimbulkan simpati. Masing – masing tujuan melibatkan strategi presentasi yang bervariasi. Tujuan itu biasanya tidak hanya satu, seseorang mungkin berusaha mencapai beberapa tujuan dalam waktu yang sama. Ada beberapa strategi presentasi diri, yaitu : 1. Mengambil muka atau menjilat ( *Ingratiation* ) Tujuan dari strategi ini adalah supaya dipersepsi sebagai orang yang menyenangkan atau menarik. Taktik yang umum meliputi memuji orang lain, menjadi pendengar yang baik, ramah, melakukan hal-hal

yang memberi keuntungan pada orang lain dan menyesuaikan diri atau konrom dalam sikap dan perilakunya. 2. Mengancam atau menakuti-nakuti ( *Intimidation* ) Strategi ini digunakan untuk menimbulkan rasa takut dan cara memperoleh kekuasaan dengan meyakinkan pada seseorang bahwa ia adalah orang yang berbahaya. 3. Promosi Diri ( *Self-Promotion* ) tujuan seseorang adalah supaya dilihat nampak kompeten atau ahli pada tugas tertentu, strategi ini biasa digunakan untuk orang yang akan menggambarkan keuatan – kekuatan dan berusaha untuk memberi kesan dengan presentasi mereka. 4. Permohonan ( *Supplication* ) Strategi ini dengan cara memperlihatkan kelemahan atau ketergantungan untuk mendapatkan pertolongan atau simpati. 5. Hambatan Diri ( *Self-Handicapping* ) strategi ini digunakan ketika individu merasa egonya terancam karena kelihatan tidak mampu. 6. *Aligning Actions* yaitu usaha - usaha individu untuk mendefinisikan perilaku mereka yang nampaknya diragukan karena sebenarnya bertentangan dengan norma - norma budaya. 7. *Altercasting* yaitu menggunakan taktik untuk memaksakan peran dan identitas pada orang lain. (Tri Dayaksini dkk, 2009 : 75 – 78 ) .

Penelitian tentang persentasi diri telah banyak dilakukan penelitian lain beberapa diantaranya adalah sebagai berikut :

No	NAMA, JUDUL, PARADIGMA, METODOLOGI, TEMUAN.
1	Nama: Izzat Al Syam, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka (UHAMKA). 2010. Hubungan Masyarakat (Humas)
	Judul: Strategi Presentasi diri anak jalanan prempuan korban eksploitasi seksual ( Studi Kasus : Anak jalanan prempuan dalam konteks komunikasi antar pribadi di Tanjung Priok Jakarta Utara).
	Paradigma: Konstruktivisme

	Metodelogi : Studi kasus
	Teori : Teori Presentasi diri, Teori Goffman, Teori Komunikasi antar pribadi.
	Temuan : Prempuan menjadi objek eksploitasi seksual karena melihat dari kondisi perbedaan gender yang terdapat dijalanan seain pemanfaatan keadaan anak jalanan prempuan yang mendoorng terjadinya eksploitasi seksual sudah tidak memiliki kehormatannya maka, tidak ada jalan lain selain menjerumuskan diri sebagai PSK (Pekerja Seks Komersial) untuk mengharapkan imbalan dari hasil kerjanya demi kehidupan sehari – hari
2.	Nama : Darin Rania Balais, Universitas Gajah Mada (UGM) , Jurusan Ilmu Komunikasi , 2015 .
	Judul : Video Blog Sebagai medium Presentasi diri anak muda (Sebuah Studi Deskriptif terhadap kanal youtube “Bayu Skak” dan “Natasha Farani”). Universitas Gajah Mada (UGM) , Jurusan Ilmu Komunikasi , 2015.
	Paradigma : konstruktivisme
	Metodologi : Analisis isi
	Teori : Teori Presentasi diri, Self Construction, Audience Pleasing
	Temuan : Bayu ternyata terlihat lebih <i>money-oriented</i> dibanding Tasha. Meski keduanya sama-sama mengakui bahwa mereka sama sekali tidak pernah menyangka jika hobi mereka dapat menghasilkan uang, namun keputusan setelahnya membuat <i>statement</i> tersebut dapat dijadikan kesimpulan, bahwa bayu lebih <i>money-oriented</i> dibanding Tasha. Setelah



mengetahui bahwa aktivitas *vlogging*nya dapat menghasilkan uang, Bayu semakin berupaya untuk memperbaiki *vlog-vlog*nya mulai dari hal teknis hingga isi kontennya. Hal tersebut karena Bayu selalu berupaya memenuhi keinginan para penontonnya supaya ia tidak kehilangan *viewer*, mengingat, pengiklan akan tertarik pada konten-konten video yang dapat menarik perhatian *viewer*. Bayu juga terlihat sangat menjaga perasaan *viewernya*, terutama orang-orang yang menyukainya. Berbeda dengan Tasha. Menurut peneliti, status seseorang juga dapat berpengaruh. Disini jika dilihat, Tasha memiliki pekerjaan utama sebagai seorang staf *finance* di perusahaan TV swasta, hal tersebut membuat aktivitas *vlogging*nya hanya dijadikan aktivitas sampingan, bukan prioritas. Sehingga Tasha tidak terlihat sebagai orang yang *money-oriented* dalam aktivitas *vlogging*nya, seperti Bayu. Sedangkan status Bayu adalah mahasiswa dan belum memiliki pekerjaan lain sebelum menjadi *vlogger*. Terlihat wajar jika ia menjadi seseorang yang lebih mengutamakan penghasilan lewat *vlog* dibanding Tasha. Sehingga berdasarkan fakta-fakta yang telah dipaparkan di atas, dapat disimpulkan bahwa presentasi diri anak muda, dalam hal ini Bayu dan Tasha, di *vlogvlog* mereka tidak sama. Presentasi diri Bayu tergolong presentasi diri yang berbasis pada motif *audience-pleasing*. Sedangkan presentasi diri Tasha tergolong presentasi diri yang berbasis pada motif *self-construction*. Status sebagai anak muda juga ternyata tidak menjamin bahwa presentasi diri mereka di media *online* khususnya *vlog* di YouTube akan sama.

3.	Nama : Elisabeth Haksi Mayawati, Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, Fakultas Psikologi, 2016 .
	Judul : Presentasi diri online pada remaja pengguna Jejaring sosial, Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, Fakultas Psikologi 2016 .
	Paradigma : Konstruktivisme
	Metodologi : Studi kasus.
	Teori : Teori Cyberpsychology, Teori Hyperpersonal model, Teori presentasi diri .
	<p>Temuan : Presentasi diri <i>online</i> terbentuk dari dua komponen utama, yaitu motif dan tampilan diri. Motif presentasi diri <i>online</i> terdiri atas motif personal (ekspresi diri, konstruksi diri, <i>nurturance</i>, popularitas <i>power</i>) serta motif sosial (afiliasi, penerimaan sosial, dukungan sosial). Tampilan diri yang dipresentasikan di dunia <i>online</i> dapat berupa <i>identical self</i>, <i>new self</i>, <i>selective self</i>, dan <i>ideal self</i>. Kedua komponen tersebut saling terkait satu sama lain. Dalam mengkreasi tampilan presentasi diri, remaja mendasarkannya pada motif tertentu. Oleh karena itu, dengan motif yang berbeda remaja dapat mengkreasi tampilan presentasi diri <i>online</i> secara berbeda. Secara lebih spesifik, motif ekspresi diri mendasari tampilan presentasi diri <i>online</i> dalam wujud <i>identical self</i>, <i>new self</i>, dan <i>selective self</i>. Motif afiliasi mendasari tampilan <i>identical self</i> dan <i>selective self</i>. Motif penerimaan sosial mendasari tampilan <i>selective self</i> dan <i>ideal self</i>.</p>
4.	Nama : Kerin Priscilla, S1 Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.



	Judul : Presentasi diri presiden Joko Widodo dalam vlog di youtube.
	Paradigma : Konstruktivisme
	Metodelogi : Analisis isi
	Teori : Teori presentasi diri, Teori Goffman .
	Kelebihan: <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Fokus peneliti pada isi vlog Joko Widodo yang belum pernah di bahas pada peneliti terdahulu</li> <li>2 Teori yang digunakan adalah Teori presentasi diri dari Teori Goffman untuk dikaitkan terhadap presentasi yang di buat Joko Widodo dalam vlognya.</li> <li>3 Pradigma yang digunakan konstruktivisme karena sangat efektif untuk mencari tanggapan dan pandangan terhadap masalah yang dibahas dalam penelitian ini.</li> </ul>

## 1.2. Rumusan Masalah :

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraian diatas, maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana Presiden Joko Widodo mempresentasikan dirinya dalam vlog di youtube ?

## 1.3. Pembatasan Masalah dan Keterbatasan Masalah

1.3.1. Peneliti membatasi masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Peneliti sebatas untuk mengetahui presentasi diri Presiden Joko Widodo dalam vlog di youtube .

### 1.3.2. Keterbatasan peneliti sebagai berikut :

1. Sifat penelitian yang kualitatif menitikberatkan pada kedalaman pemerolehan informasi atau data melalui interaksi langsung dengan informan, kadangkala menyebabkan kendala tersendiri dalam pemerolehan informasi yang diperlukan. Hal ini disebabkan oleh sifat informasi yang terkait dalam penelitian ini tidak mudah diperoleh dan diungkap.
2. Penelitian ini dilakukan dalam waktu yang sangat singkat padahal, dinamika persoalan dilapangan berubah sangat cepat oleh karena itu, sangat mungkin apabila dalam meneliti sebuah realitas yang berlangsung terdapat perkembangan baru yang terjadi. Sedangkan peneliti ini telah selesai, sehingga tidak tercover dalam penelitian ini, atau bisa saja berbenturan dengan gagasan utama dalam penelitian ini .

### 1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memahami presentasi diri Presiden Joko Widodo dalam vlog di youtube .

### 1.5. Kontribusi Penelitian

#### 1.5.1. Kontribusi Akademis

Penelitian ini diharapkan memperkaya teori presentasi diri dari teori Goffman terutama dalam penelitian yang sejenis dengan penelitian ini. Serta mampu memberikan masukan pada pengembangan ilmu komunikasi, dan dapat sebagai referensi bagi mahasiswa yang ingin meneliti dengan judul yang sejenis.

### 1.5.2. Kontribusi Metodologis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap metode analisis isi dalam pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme dan jenis penelitian deskriptif.

### 1.5.3. Kontribusi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan kepada presiden Joko Widodo yang gemar membuat vlog yang dapat memberikan inspirasi kepada vlogger lain yang mayoritas anak – anak muda .

### 1.5.4. Kontribusi Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat mengubah pola pikir masyarakat tentang Presiden yang sibuk namun, tetap dapat mengikuti perkembangan teknologi jaman dan mempresentasikan dirinya dalam dua hal yang berbeda yaitu saat menjadi Presiden dan saat menjadi ayah bagi keluarganya.

## 1.6. Sistematika Penulisan

Agar mudah dalam menyampaikan informasi dan pokok-pokok pikiran, penulis menyusun proposal skripsi ini secara sistematis yang dibagi dalam tiga (3) bab dengan susunan sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini, penulis menerangkan pendahuluan yang akan penulis teliti mulai dari latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, dan sistematika penelitian.

## **BAB II KERANGKA PEMIKIRAN**

Bab ini akan dijabarkan tentang hakekat komunikasi, paradigma konstruktivisme, penyiaran, komunikasi massa, Teori Presentasi Diri dan Teori pendukung lainnya.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi metodologi penelitian yang digunakan. Mencakup tentang pendekatan penelitian, jenis penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, fokus penelitian, teknik analisis data, lokasi dan jadwal penelitian.



## DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Ardianto, Elvinaro & Lukiati Erdinaya. (2005). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis, Rekatama Media.
- Ardianto Elvinaro & Soemirat. (2012). *Dasar-dasar Public Relation*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Alo liliweri. (2015). *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta : Prenada Media Group
- Cangra, Havied.. (2002). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Creeber G and Martin. (2009). *Digital Cultures : Understanding New Media*, Berkshire, England : Open University press
- Deddy Mulyana. (2008). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Dennis Mc Quail. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Salemba Humanika.
- E. Kristi Poerwandari. (2007). *Penelitian Kualitatif untuk perilaku manusia*. Depok : Lembaga pengembangan sarana pengukuran dan pendidikan psikologi (LPSP 3).
- Eriyanto. (2004). *Analisis Wacana "Pengantar Analisis Isi Media"*, Yogyakarta.
- Moleong j, Lexy. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mondry. (2008). *Pemahaman teori dan praktik jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Morrison, M.A dan Andy Corry. (2009). *Teori Komunikasi*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Nurudin, (2007). *Pengantar Komunikasi massa*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Olli dan Erlita. (2011). *Opini Publik*. Jakarta : PT. Indeks.
- Rachmat Kriyantono. (2006). *Teknik Praktis-Riset Komunikasi*. Jakarta : Kharisma Putra Utama.

\_\_\_\_\_. (2006). Teknik Praktik riset komunikasi. Jakarta : Kencana.

Rulli Nasrullah. (2017) . Media sosial. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.

Stanley J. Baran. (2008) . Pengantar Komunikasi massa.

Suprpto, Tommy. (2016). Pengantar Teori Komunikasi. Yogyakarta : Media Pressindo.

Tri Dayaksini, Hudaniah. (2009). Psikologi Sosial. Malang : UMM Press

Winardono, S. (2016). Matikan Tvmu Teror media televisi di Indonesia. Yogyakarta.

Sumber Internet :

<https://www.uinjkt.ac.id/membaca-model-komunikasi-gus-dur/>

<http://angintimur147.blogspot.co.id/2011/01/mengurai-gaya-komunikasi-presiden.html?m=1>

<https://www.google.co.id/amp/s/m.liputan6.com/amp/2880860/google-puji-vlog-presiden-jokowi-dengan-raja-salman>

[http://eprints.undip.ac.id/40650/3/BAB\\_III.pdf](http://eprints.undip.ac.id/40650/3/BAB_III.pdf)

