

Representasi Maskulin Jokowi Pada #JKWVLOG Tinju Dalam Analisis Semiotika Roland Barthes

Lymbarski Caesariano¹, Yulianti Fajar Wulandari², Murtiadi³, Yan Bastian⁴

¹⁻⁴Fakultas Komunikasi dan Bahasa, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta

E-mail: lymbarski.lcr@bsi.ac.id¹, yulianti.yfw@bsi.ac.id², murtiadi.mdi@bsi.ac.id³, yan.ybn@bsi.ac.id⁴

Article History

Received: 4/11/2022

Revised: 6/11/2022

Accepted: 9/11/2022

Abstract: *The purpose of this research is to find out the symbols that appear on a video blog or vlog. In this study, a video blog or vlog becomes the object of research. Video blog (vlog) featuring boxing with the concept of imaging an adult male figure with a masculine appearance. President Joko Widodo or Jokowi is one of the vloggers. In the video blog (vlog) he made with the title of the blog entitled "#JKWVLOG TINJU" it shows a figure who is far from the symbol of the presidency. This is what researchers are interested in analyzing from the semiotic side of Roland Barthes. The aim is to find out how the symbol of masculinity is raised by President Jokowi through his vlog content. This research uses constructivism paradigm, with this research approach using descriptive qualitative method. In this study, data were collected through thorough observations on the object of research, namely a vlog entitled "#JKWVLOG TINJU" as a knife of analysis by researchers using Roland Barthes' semiotics model, namely an analysis of sign relationships. The results showed that the representation of masculinity was no sissy stuff, Give them Hell, Be a Big Wheel, and Be a Sturdy Oak.*

Keywords: *Semiotics; Roland Barthes; Jokowi; Vlog; YouTube.*

PENDAHULUAN

Presiden Indonesia ke tujuh, Ir. H. Joko Widodo atau yang dikenal dengan Jokowi berasal dari sipil (non militer). Jokowi yang pengusaha furniture ini, seringkali dipertanyakan sisi maskulinitasnya. Penggambaran isu sebagai presiden boneka, pemimpin komunis, anti Islam, anti pancasila, antek-antek asing, sampai "Presiden Banci". Menurut Nodelman dalam Widiatuti (2014), konsep maskulinitas seringkali dianggap sebagai fenomena yang tidak perlu mendapat perhatian, karena ide tentang kekelakian masih dipandang sebagai konsep sosial dimana persepsi laki-laki dengan sifat keberanian, kekuatan dan rasional tidak perlu dibatasi.

Beberapa golongan menganggap Jokowi sebagai pemimpin yang defisit kekuasaan. Kekuasaan Jokowi sebagai Presiden dianggap memiliki banyak intervensi dari partai pengusungnya yaitu PDI Perjuangan. Isu-isu yang menyudutkan Jokowi tersebar di berbagai media. Hal itu berdampak pada citra maskulinitas dari sosok Presiden, yang layaknya berperan sebagai seorang kepala Negara. Peneliti melihat krisis maskulinitas dalam kepemimpinan Presiden Jokowi, selain karena sosoknya yang berasal dari Jawa Tengah yang dikenal sebagai masyarakat

yang ramah dan lembut dalam bertutur kata. Jokowi yang berasal dari sipil, mempunyai postur tubuh yang kurus membuatnya terus menjadi bahan olok-olokan pihak yang menjadi lawan politik dan para pihak yang tidak menyukai Jokowi. Latar belakang yang disebutkan di atas menjadi hal yang menarik untuk diteliti.

Perkembangan teknologi komunikasi informasi yang pesat melahirkan media komunikasi digital kekinian yang memudahkan manusia berinteraksi, berkomunikasi, bahkan mengekspresikan diri. Media sosial menjadi sebuah media di dunia maya tempat manusia berekspresi secara bebas. Konten-konten menarik, persuasif, agresif, manipulatif dan lain sebagainya muncul dalam bentuk teks, audio, maupun audiovisual. Format audiovisual umumnya membuat manusia lebih leluasa untuk menampilkan citra diri yang positif untuk menambah ketertarikan orang lain yang melihat di media sosial.

Video blog atau Vlog pada media sosial menjadi salah satu konten yang dianggap cukup efektif merepresentasikan citra diri. Menurut Jill Walker Rettberg, terdapat tiga bentuk presentasi diri melalui teknologi media digital, yakni bentuk tertulis, bentuk visual, dan bentuk kuantitatif. Bentuk tertulis, dapat dilihat dari aktifitas menulis di media sosial seperti Facebook, Twitter, Blog, sebagai pembaharuan dari cara penulisan autobiografi. Bentuk visual dapat dilihat pada aktifitas pendokumentasian kehidupan sehari-hari seperti mengambil foto maupun video, atau selfie, serta diunggah dalam Instagram, dan media sosial lainnya. Selanjutnya, manusia juga memiliki kebiasaan untuk merekam aktifitas dalam bentuk kuantitatif atau matriks data digital (Rettberg, 2014).

Vlogger, atau video blogger, menjadi ajang representasi diri yang sangat populer khususnya di generasi muda. Kini, media sosial berlomba menawarkan fitur konten video atau audio-visual sebagai salah satu bentuk interaksi utamanya. Di Indonesia, istilah Vlogger sendiri lebih akrab dikenal dengan sebutan Content Creator atau YouTuber. Dalam beberapa tahun terakhir ini, Vlogger kini perlahan menjadi profesi atau inovasi entrepreneurship yang menjanjikan (Conway, 2014).

Beberapa vlogger dengan jumlah subscriber (pelanggan) terbanyak di Indonesia seperti Atta Halilintar, Ria Ricis, dan Raditya Dika (Sumber: Social Blade, 2019) melakukan berbagai bentuk strategi representasi diri yang kreatif, menciptakan sebuah persona yang dapat disukai oleh banyak orang, sehingga mereka dianggap sebagai pihak yang “berpengaruh” baik secara online maupun offline serta dapat berperan menjadi seorang opinion leader. YouTuber juga memperoleh pundi-pundi penghasilan yang terbilang fantastis dari pendapatan melalui iklan dan endorse produk. Semakin banyak subscriber semakin banyak iklan, dan semakin banyak penghasilan yang didapat.

Video blogging atau vlogging adalah salah satu bentuk konten yang dominan ada di YouTube. Video yang dikategorikan sebagai vlog biasanya berbentuk monolog yang direkam menggunakan webcam dan teknik penyuntingan yang relatif sederhana. Para vlogger dapat membicarakan berbagai pandangan pribadinya terkait politik, sosial budaya, hingga beragam hal remeh temeh yang terjadi dalam kesehariannya (Burgess & Green, 2009b).

Presiden Jokowi turut meramaikan medsos dengan menciptakan konten kreatif dalam bentuk video blog melalui official akun resmi presiden yang bernama “Presiden Joko Widodo” di kanal YouTube. Terhitung sejak tanggal 28 Mei 2016 akun resmi YouTube “Presiden Joko Widodo” sudah dapat diakses. Akun official Presiden ini sebenarnya sudah terdaftar dalam kanal YouTube sejak 6 Mei 2015. Melalui channel YouTube miliknya, Jokowi mengklasifikasikan vlog berdasarkan jenis kegiatan yang terekam dalam konten video melalui beberapa rubrik atau headline berjudul Arah, #JKWVLOG, Kabar Kerja, Sudut Lain, Blusukan, Internasional, dan #Upacara360.

Dari beberapa judul yang ada dalam akun YouTube Jokowi tersebut, peneliti tertarik

membahas salah satu video yang terdapat di dalam rubrik berjudul #JKWVLOG dengan judul “#JKWVLOG TINJU”, Dalam video tersebut Presiden Jokowi mendokumentasikan aktivitas ketika berlatih tinju dengan Pak Abed, pelatih tinju dari Pertamina Bogor dan partner tinju yaitu ajudan Presiden bernama Teddy, yang usianya jauh lebih muda dari presiden. Dari video blog yang diunggah akun YouTube Jokowi pada tanggal 3 Maret 2018, peneliti mengamati adegan-adegan yang terdapat pada video blog berjudul “#JKWVLOG TINJU”. Dalam Vlog tersebut, terdapat simbol-simbol menarik, yaitu sebuah konstruksi yang sengaja dibentuk dan ditujukan untuk membangun citra maskulin seorang Presiden Joko Widodo yang sering diremehkan dari sisi kemaskulinannya sebagai seorang laki-laki dan sebagai Kepala Negara.

Vlog Jokowi ditandai dengan adanya tagar #JKWVLOG, adalah kumpulan video blog yang berisi kegiatan-kegiatan yang menampilkan sisi personalitas sebagai Presiden dan sebagai masyarakat pada umumnya yang memiliki hobi, aktivitas, dan kegiatan bersama keluarga. Popularitas akun YouTube Jokowi berada pada urutan 219 dalam kategori “TOP 250 YOUTUBERS IN INDONESIA SORTED BY SUBSCRIBERS” berdasarkan data yang diperoleh oleh peneliti dari situs (socialblade.com, 2019) pada tanggal 8 Agustus 2019. Akun resmi YouTube milik Presiden Jokowi telah mengunggah 348 video dengan jumlah penayangan video sebanyak 53,018,026 juta kali serta jumlah subscribers atau pengikut sebanyak 1,433,350 juta.

Sejak pertama kali diluncurkan, jumlah video dengan tagar #JKWVLOG mendominasi sebanyak 30 video blog sedangkan sisanya berupa video dengan berbagai jenis konten berada di masing-masing judul yang terdapat dalam akun YouTube Presiden Joko Widodo. Sebagai seorang pejabat negara Jokowi termasuk yang aktif dalam menggunakan vlog sebagai media penunjang interaksi dan komunikasi kepada masyarakat selain akun resmi di media sosial lainnya seperti twitter dan facebook.

Vlog sebagai sebuah sarana komunikasi tentunya mempunyai bahasa, pesan, sistem penanda dan petanda yang akan dikaji lebih dalam oleh peneliti melalui model semiotika, untuk memperoleh makna dari tanda yang terdapat dalam video blog berjudul #JKWVLOG TINJU sebagai pesan tersembunyi yang hendak disampaikan. Semiotika adalah ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, ditengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. (Sobur, 2009).

Dalam video blog berdurasi dua menit tersebut Jokowi tidak sekedar berlatih tinju tapi ada makna lain yang hendak disampaikan melalui visualisasi dalam vlog berjudul #JKWVLOG TINJU, banyak tanda-tanda yang merepresentasikan suatu pesan tersembunyi yang dikemas secara persuasif sehingga dapat dikaji secara semiotik. Penelitian ini menempatkan vlog sebagai sebuah panggung dimana terjadi sebuah ‘pertunjukkan’ yang merepresentasikan sifat kejantanan dan keberanian Presiden yang tercermin melalui olahraga yang dipilih oleh presiden dalam mengisi waktu luangnya di Istana Bogor dengan cara berlatih tinju. Video blog dilihat sebagai jembatan yang menghubungkan individu melakukan self-presentation, representasi identitas diri, hingga gaya hidup yang ditunjukkan kepada audiens dunia maya.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian terdahulu tentang tayangan Vlog Jokowi di Youtube, diteliti oleh Wienanta (2018) yang dengan judul, “Studi Semiotika pada Gaya Hidup Presiden dalam Tayangan Vlog Jokowi di YouTube”. Pada penelitian ini terfokus pada pesan yang disampaikan Presiden Jokowi tentang citranya sebagai seorang presiden yang sederhana dan merakyat. Penelitian lainnya terkait citra maskulinitas pernah diteliti oleh Kurnia (2004), yakni “Representasi Maskulinitas dalam Iklan”, yang terfokus pada nilai-nilai maskulinitas dalam iklan. Sedangkan yang menjadi perbedaan

penelitian ini dengan kedua penelitian sebelumnya adalah penelitian ini berfokus pada nilai-nilai maskulinitas yang ditunjukkan oleh Jokowi melalui aktifitas olahraga tinju pada Vlog miliknya di akun Youtube.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif-deskriptif dengan menjelaskan analisis semiotika Roland Barthes terkait citra maskulin Jokowi yang ditayangkan pada akun media sosial pribadinya yakni #JKWVLOG edisi tinju. Menurut Meleong, pada penelitian kualitatif, pengamatan menjadi dasar dari penelitian, sementara itu metode deskriptif adalah upaya mencatat secara teliti semua gejala yang dilihat, didengar maupun dibaca. (Wulandari & Gusfa, 2019). Model analisis yang digunakan adalah model analisis semiotika Roland Barthes dengan pendekatan konstruktivisme. Metode ini dipakai untuk mengetahui konstruksi realitas sosial pada #JKWVLOG Tinju serta mendeskripsikan representasi maskulinitas pria dewasa melalui olahraga tinju. Sedangkan metode semiotika dipakai untuk melihat komunikasi yang tersirat (Wibowo, 2011).

Semiotika berkaitan dengan fenomena sosial di masyarakat atau suatu budaya yang berupa tanda atau symbol yang memiliki makna didalamnya. Dalam semiotika terdapat tiga elemen utama, yakni tanda, objek dan pengguna tanda. Tanda, secara fisik dapat dirasakan oleh panca indera manusia dan merujuk pada hal lain diluar tanda itu sendiri. Objek merupakan konteks sosial yang menjadi referensi tanda yang dirujuk, sedangkan Interpretant atau pengguna tanda adalah konsep pemikiran orang yang menggunakan tanda dan menurunkannya menjadi suatu makna yang ada di benak orang lain tentang objek yang dirujuk tanda tersebut. (Kriyantono, 2012).

Objek penelitian ini adalah citra maskulinitas Jokowi yang dibangun melalui Vlog #JKWVLOG TINJU. Fokus penelitian tertuju pada bagian-bagian yang ditunjukkan dalam membangun citra maskulinitas dalam vlog tersebut oleh *videographer*. Dari Vlog berdurasi dua menit tersebut, terdapat 12 bagian yang menjadi objek pengamatan dan yang dianalisis menggunakan semiotika Roland Barthes. Ke-12 bagian tersebut adalah aktifitas Jokowi saat melakukan sesi latihan olahraga tinju di Istana Bogor.

Data dikumpulkan melalui pengamatan Vlog #JKWVLOG TINJU, literature primer maupun sekunder. Data *shot to shot* pada Vlog tersebut terdapat unsur penanda yang menggambarkan konstruksi maskulinitas. Identifikasi audio dan visual setiap *shot* dimaknai dengan proses interpretasi dan diteliti secara mendalam dengan analisis semiotika Roland Barthes, yakni analisis tentang hubungan tanda dan analisis mitos. Penggunaan semiotika Barthesian dapat dijelaskan dalam table berikut:

Tabel 1. Tahapan Semiotika Roland Barthes (Sobur, 2009)

Struktur	Unit yang diamati
Deskripsi makna denotatif	Mendeskripsikan dan memahami makna denotatif yang disampaikan oleh sesuatu yang tampak secara nyata atau materi dari tanda
Identifikasi sistem hubungan tanda dan corak	Identifikasi gejala budaya yang dihasilkan oleh tanda tersebut, antara lain hubungan simbolik, paradigmatis, dan sintagmatik.
Analisa mitos	Menjelaskan mitologi dan ideologi sebagai sistem konotasi dengan menunjukkan ideologi atau makna yang tersembunyi

Analisa gambar per-*frame* dijelaskan dalam kode sinematik meliputi ukuran pengambilan gambar dan sudut pengambilan gambar yang sering dipakai dalam penanda dan petandanya.

Tabel 2. Ukuran dan Sudut Pengambilan Gambar (Sobur, 2009)

Penanda (<i>Signifier</i>)	Petanda (<i>Signified</i>)
Ukuran pengambilan gambar: 1. <i>Big Close-Up</i> 2. <i>Close-Up</i> 3. <i>Medium Shot</i> 4. <i>Long Shot</i> 5. <i>Full Shot</i>	1. Emosi, dramatis, peristiwa penting 2. Intimitas dan kedekatan 3. Hubungan personal yang intens dengan subjek 4. Konteks dan jarak publik 5. Hubungan sosial
Sudut pengambilan gambar: 1. <i>High</i> 2. <i>Eye Level</i> 3. <i>Low</i>	1. Dominasi, otorasi, kekuasaan 2. Kesamaan, derajat, kesejajaran 3. Objek, dominasi, dikuasai, kekurangan otoritas

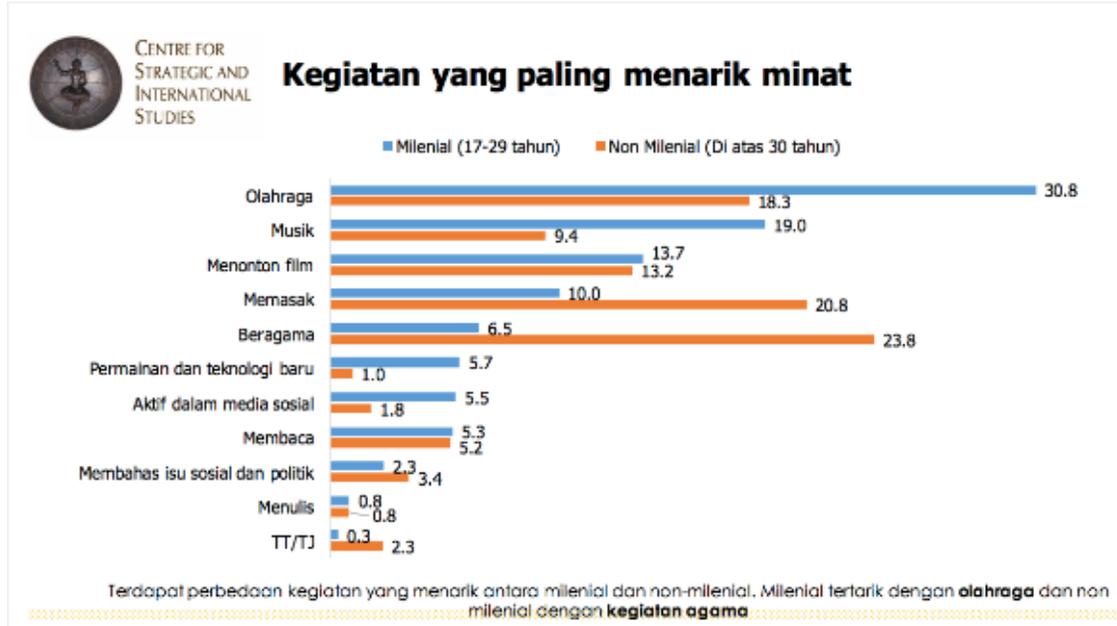
HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Profil dan Sinopsis #JKWVLOG TINJU

Video blog atau *vlog* sangat populer saat ini, berupa *video* monolog yang direkam melalui *webcam* dengan teknik editing yang relatif sederhana. Melalui *vlog*, *vlogger* sebutan bagi pembuat *vlog*, umumnya menyampaikan pendapat pribadinya tentang beragam topic, mulai dari politik, olahraga, ekonomi, sosial budaya, hingga hal-hal ringan yang terjadi dalam kesehariannya (Burgess & Green, 2009). Jokowi pun sebagai seorang nomor satu di Indonesia turut serta membuat *Vlog*, yakni #JKWVLOG, yang ditujukan untuk mendekatkan diri ke rakyatnya dengan berbagi kehidupan kesehariannya.

“Presiden Boneka”, “Presiden Terlemah Sepanjang Sejarah Indonesia”, “Presiden Banci”, seringkali disematkan para kritikus maupun masyarakat yang kurang suka dengan kepemimpinannya. Kemunculan #JKWVLOG TINJU dengan menampilkan aktifitas Jokowi saat berolahraga tinju untuk mengisi waktu luang, seolah-olah sebagai cara mencitrakan karakter maskulin Jokowi yang kuat, berani, cepat, dan memiliki stamina yang prima sebagai sosok Presiden yang memiliki jiwa laki-laki sejati.

Konten *Vlog* berupa aktifitas olahraga diyakini sebagai cara untuk mendekatkan Jokowi dengan generasi milenial (generasi kelahiran tahun 1983 sampai awal 2000). Menurut *Center Strategic And International Studies* (CSIS) diinformasikan bahwa generasi milenial sangat menyukai topic olahraga, dengan hasil survei sebagai berikut:



Gambar 1. Hasil Survei Minat Milenial

(Sumber: DetikHealth.com dipublikasikan pada 9 November 2017)

Data tersebut memperlihatkan kegiatan yang menarik bagi *milenial*, yang dimanfaatkan dengan baik oleh Jokowi, untuk mengisi konten-konten *vlog* yang diunggah melalui akun *YouTube* pribadinya. Tinju pun sebagai salah satu cabang olahraga mempunyai citra maskulin sebagai olahraganya “laki-laki”.

#JKWVLOG sudah dapat diakses pada 28 Mei 2016 pada media sosial *YouTube*, meskipun sebenarnya akun *official* Jokowi ini telah terdaftar sejak 6 Mei 2015. Pada #JKWVLOG TINJU yang berdurasi dua menit, peneliti mengamati adanya konstruksi pesan terkait citra maskulinitas yang hendak ditampilkan Jokowi. Terdapat dua belas *scene*, namun peneliti hanya memilih beberapa *scene* diantaranya yang lebih ke arah pembentukan citra maskulinitas sang presiden.



Gambar 2. #JKWVLOG TINJU

(Sumber: Akun YouTube Presiden Joko Widodo)

Scene pertama, terlihat Jokowi melakukan percobaan untuk latihan memukul dengan tangan terbalut pelindung jari dan tangan berwarna merah. *Scene* kedua, Jokowi mengenakan atribut lengkap untuk bertinju, dengan kaos hitam, celana *boxer* putih, dan sarung tinju merah, ditampilkan teks #JKWVLOG TINJU. *Scene* ketiga, Jokowi mulai latihan tinju bersama pelatih, Pak Abed dengan latar belakang teras rumah, taman dan motor *chopper* miliknya. *Scene* keempat, tampak ekspresi wajah Jokowi saat memukul sasaran yang berada tepat didepannya dengan latar kawasan Istana Bogor. *Scene* kelima masih menampilkan Jokowi dengan pukulan-pukulan tinjunya. *Scene* keenam, memperlihatkan Jokowi yang masih antusias berlatih tinju.

Pada *scene* ketujuh, terdapat adegan Jokowi berbincang dengan Pak Abed. Di *scene* kedelapan, Jokowi kembali latihan tinju. *Scene* kesembilan, tampak Teddy, ajudan Jokowi menjadi partner latihan tinju dengan posisi siap. *Scene* kesepuluh, ekspresi wajah Jokowi sangat bersemangat ketika menghantamkan pukulan demi pukulan yang kuat ke arah lawan, kesan tersebut bertambah kuat dengan efek warna merah yang mengililingi wajahnya, menandakan sebuah semangat, energi dan kekuatan dari sosok Jokowi yang jarang terlihat di publik. Melalui *scene* sebelas ditampilkan pukulan kencang dari Jokowi yang membuat Teddy harus menutup mata, seolah terkejut karena gerakan cepat dan kuat yang ditujukan ke arah wajahnya. Lalu di *scene* duabelas kembali ditampilkan wajah Jokowi dengan pukulan keras ke arah lawannya yang berusia lebih muda seolah untuk menunjukkan bahwa Jokowi meski sudah berumur namun masih memiliki fisik kuat.

b. Analisis #JKWVLOG TINJU

Dalam analisis semiotika Roland Barthes, terdapat beberapa tanda yang menampilkan maskulinitas Jokowi pada #JKWVLOG TINJU, yang diunggah akun *YouTube* resmi Presiden Joko Widodo". Tampilan maskulinitas terlihat dalam beberapa *scene* yang mendukung alur cerita, meski sebenarnya dari judul #JKWVLOG TINJU sendiri sudah merepresentasikan pesan kemaskulinitas Jokowi melalui olahraga tinju. Berikutnya tampilan demi tampilan pada *scene-scene* yang ada juga menunjukkan betapa serius, gigih, berani dan kuatnya Jokowi saat bertinju dengan lawan yang lebih muda darinya. Jokowi banyak mengambil sikap berdiri yang tegap, seolah siap menanti lawannya, yang menandakan sebuah keberanian dari seorang laki-laki.

Pada *scene* dua terlihat aksi Jokowi dengan penuh semangat menghantamkan pukulan sesuai arahan dari sang pelatih. Jokowi tampak agresif dan merespon secara cepat tiap-tiap instruksi dari pelatih, disini menunjukkan sosok beliau yang kuat, agresif, dan cepat beradaptasi. Begitupula pada *scene* sembilan ditampilkan Jokowi sedang berhadapan dengan Teddy, ajudan yang menjadi *partner* tinjunya. Keduanya tampak saling menatap dengan penuh konsentrasi dan ambisi untuk memenangkan pertandingan. Simbol nonverbal pada *scene* ini, memberi makna bahwa Jokowi tidak memiliki rasa takut meski harus berhadapan dengan lawan yang lebih muda, tentunya dengan strategi dan taktik serta semangat yang kuat untuk menang. Pesan nonverbal maskulinitas juga tampil pada *scene* sebelas, dimana sebuah pukulan keras dari Jokowi dengan ekspresi wajah penuh energi saat memukul lawannya. Ambisi Presiden Jokowi terlihat untuk mengalahkan lawannya.

Hasil penelitian memperlihatkan konstruksi sosok Presiden Joko Widodo melalui *video blog* berjudul #JKWVLOG TINJU dengan sifat kemaskulinitas seorang laki-laki yang bisa melawan, tidak takut akan tantangan, berani menghadapi setiap lawan. Jokowi menciptakan figur yang ideal sebagai laki-laki sportif penyuka olahraga, sebagai upaya melatih konsentrasi dan menjaga fisik serta mentalnya agar selalu kuat.

Saat ini, di Indonesia, tampilan maskulin seringkali direpresentasikan dengan pria berotot, berbadan tegap dan wajah yang tampan. Wacana yang dianggap oleh media mewakili nilai-nilai

maskulinitas atau ideologi dominan secara umum dalam sistem kebudayaan kita atau representasi dari *social stock of knowledge*, pengetahuan bersama oleh masyarakat tentang dunia termasuk nilai maskulin (Juliastuti, 2000)

Dari analisis Roland Barthes, pada *video blog #JKWVLOG TINJU* ditawarkan konsep-konsep maskulinitas yaitu, *no sissy stuff*: menghindari sesuatu yang berkaitan dengan hal-hal yang berbau feminin. Dalam hal ini laki-laki merasa lebih unggul (*superior*) dibandingkan perempuan dan bersifat independen. Hal tersebut dibuktikan melalui pilihan olahraga yang diminati Jokowi yaitu tinju. Tinju adalah olahraga yang mengandalkan kekuatan diri baik secara fisik maupun mental dalam menaklukkan lawan seorang diri, untuk membuat lawan kalah dan tidak berdaya dari pukulan-pukulan yang dihantamkan. Hal ini terlihat pada *scene* kedua yakni kesiapan Jokowi untuk bertinju dengan pakaian yang memperlihatkan bagian lengan, begitu pula dengan pilihan warnanya yakni hitam, merah dan putih yang kesemuanya menyiratkan symbol keberanian, kekuatan, dan keyakinan dari seorang Presiden Joko Widodo.



Gambar 3. Ekspresi Maskulinitas Presiden Jokowi ketika Beradu Tinju dengan Lawan
(Sumber: Akun YouTube Presiden Joko Widodo)

Pada *scene* 4, 9, 10, 11, 12, Jokowi kembali menunjukkan sisi kemaskulinan, "*give em hell*", yakni laki-laki harus mempunyai sifat keberanian, kompetitif, senang dengan petualangan dan tantangan, serta mau mengambil risiko apapun yang terjadi. Konsep ini dapat dilihat ketika Presiden harus menghadapi lawan yang berusia lebih muda darinya. Presiden melakukan gerakan-gerakan agresif yang merepotkan lawan. Bahkan pada *scene* sebelas terlihat bagaimana Teddy menunjukkan kepanikannya saat menangkis pukulan Jokowi yang sangat kuat sehingga secara reflex, ia menutup mata. Pada *scene* tersebut terlihat bagaimana seorang Presiden memiliki kekuatan yang besar bahkan dapat mengancam lawan yang berusia lebih muda tentunya dengan keberaniannya dan gertakannya.

Be a big wheel, ditampilkan Jokowi dalam menunjukkan kesuksesan, kekuasaan, dan apresiasi dari orang lain. Dalam *#JKWVLOG TINJU* dapat dilihat interaksi dan komunikasi Presiden Jokowi bersama orang-orang di sekitarnya. Lawan bicara tampak lebih banyak membungkukkan badan sebagai bentuk penghormatan terhadap kekuasaan dan apresiasi sang Presiden. *Be a big wheel* ditampilkan melalui *scene* enam dan tujuh, dimana terlihat seorang laki-laki maskulin yang mendapatkan penghormatan yang tinggi dari orang disekitarnya dengan semua

fasilitas yang dimiliki Presiden menunjukkan kekuasaannya sebagai seorang laki-laki yang sukses dengan pelayanan dan kehormatan yang ia miliki dari jabatannya sebagai Presiden.

#JKWVLOG TINJU juga memberikan gambaran maskulinitas dalam bentuk *be a sturdy oak*, yang berkaitan dengan nilai-nilai rasionalitas, kekuatan, dan kemandirian. Seorang laki-laki harus selalu bertindak tenang dan tangguh dalam berbagai situasi, sehingga dapat menyembunyikan emosi dan tidak memperlihatkan kelemahannya. Hal tersebut tercermin pada karakter Presiden Jokowi yang tidak menunjukkan ekspresi atau respon ketakutan saat bertinju. Sifatnya selalu tenang dan tangguh dalam mengikuti berbagai sesi latihan, menunjukkan kemampuannya mengontrol dirinya dengan menggunakan akal dan pemikiran yang rasional dalam menghadapi setiap hal yang menerpanya.

Melalui #JKWVLOG TINJU Presiden Joko Widodo sebagai kepala negara dengan kedudukan tertinggi sebagai pemimpin negara menunjukkan sifat kejantanan yang dimiliki seorang laki-laki. Seolah-olah, Jokowi hendak menunjukkan sisi berani dan kekuatan mentalnya dalam mengatasi atas pandangan miring para oposisi yang terus-menerus menyerang sisi kemaskulinan. Dalam *vlog* tersebut Jokowi mengkonstruksi dirinya sebagai seorang kesatria yang tenang dan penuh keberanian, tidak takut pada tantangan apapun, dan memiliki sifat yang sederhana namun strategis. Hal ini terlihat dari teknik pengambilan gambar pada tiap *scene*, yang lebih banyak menggunakan teknik *medium shot* untuk menciptakan kesan kesejajaran dan kesetaraan.

SIMPULAN

Media sosial seperti YouTube, menjadi salah satu media komunikasi baru yang dapat dimanfaatkan untuk mengkonstruksi diri dengan tampilan yang representatif. Video Blog atau Vlog menjadi cara orang moderen berbicara untuk menyampaikan pendapat pribadi dalam berbagai hal. Begitupula yang dilakukan oleh Presiden RI Joko Widodo atau yang akrab disapa Jokowi. Jokowi memanfaatkan media komunikasi baru, yakni media sosial YouTube untuk mengkonstruksi dan merepresentasikan dirinya sebagai orang yang berbeda dari anggapan lawan-lawan politiknya.

Label Presiden Boneka, Presiden Terlemah, maupun Presiden Banci dijawab dengan sebuah Video Blog atau Vlog yang diunggah di akun pribadinya yang terverifikasi, yakni Presiden Joko Widodo, dengan judul #JKWVLOG TINJU. Pemilihan tema olahraga dengan mengambil cabang olahraga Tinju saja sudah menjadi sebuah simbol yang menunjukkan bahwa Jokowi adalah sosok yang kuat secara fisik dan mental. Terlebih lagi dalam upaya mendekati diri dengan publiknya dari generasi milenial yang cenderung menyukai olahraga, maka Tinju menjadi pilihan yang cerdas. Beberapa *scene* dari adegan yang ditampilkan di #JKWVLOG TINJU merepresentasikan Jokowi sebagai seorang pemimpin yang kuat secara fisik dan mental, dengan jiwa yang ambisius, kompetitif, berani, dan siap dengan tantangan atau kendala yang menghadangnya demi rakyatnya. Analisis semiotika Roland Barthes mampu menggambarkan representasi maskulinitas Jokowi dalam #JKWVLOG TINJU. Vlog ini dinilai sebagai cara yang jitu untuk menunjukkan sosok Jokowi yang diluar dugaan orang pada umumnya.

DAFTAR REFERENSI

BUKU

- Burgess, J., & Green, J. (2009b). The Entrepreneurial Vlogger: Participatory Culture beyond the Professional-Amateur Divide. In P. Snickars, & P. Vonderau (Eds.), the YouTube Reader (p. 89). Lithuania: Logotipas
- Kriyantono. (2012). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana
- Rettberg, W.J. (2014). Seeing Ourselves Through Technology: How We Use Selfies, Blogs and

-
- Wearable Devices to See and Shape Ourselves. UK: Palgrave Macmillan
Sobur, A. (2009). Semiotika Komunikasi, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
Wibowo, I.S.W. (2011). Semiotika Komunikasi. Jakarta: Mitra Wacana Media.
Wienanta, L.A. (2018). Studi Semiotika pada Gaya Hidup Presiden dalam Tayangan Vlog Jokowi di Youtube. Medan: FISIP - Universitas Sumatera Utara.

JURNAL

- Budiastuti, A dan Wulan, N. (2014). Konstruksi Maskulinitas Ideal melalui Konsumsi Budaya Populer oleh Remaja Perkotaan. *Mozaik*, 14 (1) Januari-Juni, 1-14
Conway, C. (2014). The Vlogger Entrepreneurs. *ENTREPRENEURSHIP AND INNOVATION*, 15 (4), 285
Juliastuti, N. (2000). Kebudayaan yang Maskulin, Macho, Jantan, dan Gagah. *Kunci* (8), 6-9
Kurnia, N. (2004). Representasi Maskulinitas dalam Iklan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia*, 8 (1) Juli, 17-36
Wulandari, Y.F. dan Gusfa, H. (2019). Pemberdayaan Komunikasi Lingkungan Hidup WALHI pada PILEG 2014. *Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan (JIKA)*, 2 (2) Juli-Desember, 13-31