

FILM DAN KONSTRUKSI CITRA POLITIK
(Analisis Wacana Politik Pencitraan dalam Film *Jokowi*)

Erwin Kartinawati

Alumnus Program Pascasarjana S2 Ilmu Komunikasi
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Abstract

Film can be used as a mean to introduce a public figure. Jokowi, one of it. Analysis of Teun Van Dijk model reveals discourse that carried in the film, namely Jokowi as someone who really deserves to be a leader. Everything that in Jokowi are like requirements that must have been by a leader. This discourse is constructed through political image as an interesting and positive personality, that are smart and intelligent; appreciates pluralism; religious; honestly, doesn't tempt to bribe, brave; family and filial affection towards parents; philanthropist; humble, humanizing fellow; leadership talent; hard worker, love the culture; faithful, and not involved in banned organizations. Philosophy of Java leadership, especially related to politic and power is source of image construction seen by using of symbols, phrases and terms in the film. This paper reinforces the view that soft campaign can be an effective mean of gaining more public attention besides open or direct campaign (hard campaign).

Key words: Jokowi, Soft Power Campaign, Analysis of Teun Van Dijk model

Pendahuluan

Peluncuran film tak sekadar pertimbangan ekonomis namun bisa pula memuat unsur politis. Sebagai bentuk komunikasi massa, film dapat menjadi wahana untuk menyampaikan pesan ke khalayak. Melalui film, komunikator memasukkan hal-hal yang ingin disampaikan ke khalayak. Film masih dianggap sebagai media yang memiliki kekuatan besar menanamkan pengaruh di benak masyarakat. Kemampuan menyajikan realitas secara audio-visual, dramatisasi lewat efek suara dan atau gambar, karakter tokoh dan jalan cerita, mampu

mengajak khalayak terlibat secara lebih.¹ Meski begitu, aspek kontrol dalam film tidak sekuat koran atau televisi yang menyajikan berita berdasar fakta terjadi. Fakta dalam film tidak ditampilkan layaknya berita yang harus apa adanya namun abstrak. Karenanya, cerita film dibuat imajinatif meski berdasar fenomena terjadidi masyarakat.² Kisah hidup tokoh atau orang terkenal adalah salah satu hal yang dapat diangkat sebagai tema film.

Citra diri tentang tokoh banyak digambarkan dalam bentuk film-film semacam ini seperti pekerja keras, bijaksana, teguh pendirian, dsb. *Jokowi* adalah salah satu film yang mengambil kisah hidup seorang tokoh sebagai tema utama cerita, Joko Widodo (Jokowi). Tulisan ini akan membahas wacana diangkat dalam film *Jokowi* serta bagaimana wacana dikonstruksikan. Film ini dipilih karena Jokowi selaku tokoh sentral, sebelumnya menyatakan jika kemunculan kisahnya di layar lebar ini tidak bernuansa politis.³ Namun belakangan film ini diakui sebagai salah satu sarana kampanye dalam pencalonannya sebagai presiden RI, pada Pilpres 2014.⁴ Film *Jokowi* secara tidak langsung telah menginformasikan kepada publik tentang siapa dan seperti apa sosok Jokowi. Dalam konteks ini, film sebagai media massa dapat dipilih sebagai saluran komunikasi politik ke masyarakat. Tak hanya pada Pilpres namun juga pada Pemilu legislatif maupun pemilihan kepala daerah, media massa khususnya film, dapat menjadi saluran komunikasi utama untuk kampanye.

Film dapat digunakan untuk menimbulkan citra tertentu tentang tokoh maupun suatu hal. Melalui citra dibangun akan tumbuh persepsi atau kesan tentang diri atau sesuatu. Kesan atau citra inilah yang dibangun terhadap tokoh melalui film. Dalam komunikasi politik, kesan menjadi penting karena membentuk dasar bagi sejumlah keputusan.⁵ Dalam konteks Pemilu, film dapat digunakan sebagai alat untuk menimbulkan kesan baik di mata masyarakat

¹Jay Black, Frederick C. Whitney, *Introduction to Mass Communication*, Brown Publishers, USA, 1998, hal.348-349.

²Marfi Amir, *Etika Komunikasi Massa dalam Pandangan Islam*, Jakarta, Logos, 1999, hal. 27.

³*kompas.com*, "Tak ada Izin, Jokowi Keberatan film Jokowi", Rabu 22 Mei 2013 pkl 16.37 wib.

⁴*merdeka.com*, "Film Jokowi jadi Media Kampanye Pilpres", Senin 9 Juni 2014 Pkl 18.57 wib.

⁵Steward L. Tubbs, Sylvia Moss, *Human Communication*, edisi terj.Deddy Mulyana dan Gembirasari, Rosdakarya, Bandung, 2001, hal.34.

sehingga dapat mempengaruhi keputusan publik. Film juga dapat digunakan sebagai ajang sosialisasi sekaligus mobilisasi. Dengan menggunakan media, elit politik tidak hanya merefleksikan tetapi juga membantu menciptakan pengharapan massa dan mitos yang dapat diterima secara luas.⁶

Politik pencitraan melalui film khususnya di Indonesia bukan hal baru. Jauh sebelum erareformasi, ada film wajib tonton *Janur Kuning* dan *Serangan Fajar*. Pascatumbangnya orde barufilm itu dinyatakan tak lagi wajib tonton, karena disebut sebagai alat untuk memanipulasi sejarah dan menciptakan kultus terhadap Soeharto. *Janur Kuning* menggambarkan Soeharto sebagai pahlawan di balik Serangan Umum 1 Maret 1949, sementara *Serangan Fajar* memosisikannya sebagai pahlawan utama Revolusi Indonesia.⁷ Berdekatan dengan masa pemilihan umum, selain *Jokowi*, muncul *Sepatu Dahlan*. Kehadiran film-film bertemakan biografi yang sebelumnya diawali sukses kisah mantan Presiden RI *Ainun Habibie*, bisa menjadi salah satu dasar jika film yang notabene sebagai media lama masih dianggap sebagai upaya efektif untuk membentuk atau menggambarkan citra diri, di tengah *boom* media baru.

Film *Jokowi* dirilis Juni 2013 menceritakan bagian hidup Jokowi berikut kisah cintanya dengan Iriana. Produser film *Jokowi* mengatakan film ini digunakan sebagai ajang mengenalkan sosok Jokowi ke masyarakat. Karenanya, selama masa kampanye pihaknya ikut *road show* di berbagai tempat, memutar film *Jokowi* di tengah-tengah masyarakat.⁸ Dari sini dapat dikata jika film sebagai media massa telah digunakan sebagai alat komunikasi politik yakni sebagai saluran sekaligus sumber informasi mengenai para kontestan Pemilu serta sarana pembentukan citra tertentubagi kandidat untuk menggiring pembentukan opini publik di masyarakat mengenai citra diri kandidat. Citra diri yang baik dari kandidat akan berpengaruh besar bagi para pemilih dalam memutuskan pemberian suara.⁹

⁶Dan Nimmo, *Komunikasi Politik : Khalayak dan Efek*, Rosdakarya, Bandung, 2000, hal.30.

⁷Wikipedia, akses 1 April 2014.

⁸www.merdeka.com, *Op.Cit.*

⁹Wahyu Prasetyawan, "Image Construction in Politics : Political Adverstiment in 2009 Indonesian Election", *Journal of Issaes in Asia* vol 27 no 2, 2012, hal 310.

Politik pencitraan berkenaan erat bagaimana strategi pencitraan dibangun. Pencitraan bahkan dinilai hal wajib dilakukan politikus layaknya di dunia bisnis. Para politikus atau pemimpin politik sangat berkepentingan dalam pembentukan citra melalui komunikasi politik dalam usaha menciptakan stabilitas sosial dan memenuhi tuntutan rakyat. Karenanya, politikus harus menciptakan dan mempertahankan tindakan politiknya yang membangkitkan citra memuaskan, supaya dukungan opini publik dapat diperoleh dari rakyat sebagai khalayak komunikasi politik.¹⁰ Pencitraan dianggap penting bahkan disebut sebagai satu kekuatan politik tersendiri. Keberhasilan dalam melakukan komunikasi politik tergantung pada cara media mengkonstruksi kekuatan politik tersebut. Media memiliki kekuatan signifikan dalam komunikasi politik untuk mempengaruhi khalayak. Dari sini terlihat jika pencitraan merupakan upaya konstruktif dari sumber pesan. Sumber memiliki peran besar dalam melakukan kontrol terhadap maksud-maksud tertentu dalam setiap wacana dibangun. Setiap pernyataan adalah tindakan penciptaan makna yakni tindakan pembentukan diri serta pengungkapan diri serta pengungkapan jati diri dari sang pembicara.¹¹

Analisis Wacana

Guna mengetahui wacana dibangun serta bagaimana wacana dibangun dalam film *Jokowi* digunakan analisis model Teun A. Van Dijk. Perangkat analisis digunakan berupa kata, kalimat, potongan *scene*, latar, simbol-simbol dalam film. Analisis Wacana dimaksudkan untuk membongkar hal tersembunyi dari sumber/subyek yang mengemukakan pernyataan.¹² Dalam bidang politik, wacana dikaitkan dengan politik bahasa.¹³ Wacana dipandang sebagai sesuatu yang bertujuan, entah mempengaruhi, membujuk, menyanggah, bereaksi dan

¹⁰Ahmad Arifin, *Pencitraan dalam Politik*, Pustaka Indonesia, Jakarta, 2006, hal 145.

¹¹AS Hikam, Bahasa dan Politik (Yudi Latif dan Idy Subandy Ibrahim, ed), *Bahasa dan Kekuasaan : Politik Wacana di Panggung Orba*, Bandung, Mizan, 1996, hal 80.

¹²Eriyanto, *Analisis wacana : Pengantar Analisis Teks Media*, Jakarta, Prenada Kencana, 2011, hal 5.

¹³*Ibid*, hal 6.

sebagainya sehingga wacana dipahami sebagai sesuatu yang terkontrol dan diekspresikan secara sadar, bukan sesuatu di luar kendali.¹⁴

Setiap tindakan komunikasi senantiasa mengandung kepentingan, apalagi melalui media massa maka setiap tindakan komunikasi adalah suatu wacana. Dalam pandangan ini, komunikasi dilakukan dalam rangka menciptakan “kenyataan lain” atau “kenyataan kedua” dalam bentuk wacana (*discourse*) dari “kenyataan pertama”. Cara ditempuh dalam pembentukan wacana (realitas kedua) itu adalah sebuah proses disebut konstruksi realitas. Untuk melakukan konstruksi realitas, digunakan strategi yang mencakup pilihan bahasa mulai dari kata hingga paragraf; pilihan fakta. Hasil dari proses ini berupa wacana (*discourse*) atau realitas yang dikonstruksi berujud tulisan (*text*), ucapan (*talk*), tindakan (*act*) atau peninggalan (*artifact*). Oleh karena *discourse* yang terbentuk ini telah dipengaruhi oleh berbagai faktor, bahwa di balik wacana itu terdapat makna dan citra yang diinginkan serta kepentingan yang sedang diperjuangkan.¹⁵ Di media, bahasa tak sekadar alat penggambar realitas namun dapat menentukan atau menciptakan citra di benak kalayak. Penggunaan bahasa berpengaruh terhadap konstruksi realitas berupa citra sebab bahasa mengandung makna.¹⁶ Wacana berperan dalam mendefinisikan individu dan menempatkan seseorang dalam posisi tertentu.¹⁷ Media memiliki peran besar dalam hal itu melalui proses pendefinisian dan penandaan sehingga representasi dihadirkan tampak wajar, alami sesuai kenyataan.¹⁸

Analisis model Teun Van Dijk melihat wacana dari tiga dimensi yakni teks, kognisi sosial dan konteks sosial. Dimensi teks meneliti bagaimana struktur teks dan strategi wacana dipakai menegaskan tema tertentu, kognisi sosial mempelajari produksi teks yang melibatkan kognisi individu komunikator, dan konteks sosial

¹⁴*Ibid*, hal 8.

¹⁵Ibnu Hamad, “Perkembangan Analisis Wacana dalam Ilmu Komunikasi: Sebuah Telaah Ringkas”, <http://syariat-tharikat-hakikat.blogspot.com/2008/04/perkembangan-analisis-wacana-dalam-ilmu.html>, akses 1 Juli 2014.

¹⁶Melvin DeFleur, *Theories of Mass Communication*, 5th ed, Longman, London, 1989, h.265-269.

¹⁷Eriyanto, *Op.Cit*, hal.19.

¹⁸*Ibid*, hal 27.

mempelajari bangunan wacana berkembang di masyarakat akan suatu masalah.¹⁹ Meski terdiri 3 elemen, ketiganya saling terkait, mendukung satu sama lain. Analisis dalam tulisan ini hanya menyertakan dimensi teks dan konteks sosial, tidak menyertakan kognisi atau pemikiran dari pembuat film sebagai latar produksi.

Konstruksi Citra Politik

Film ini mewacanakan Jokowi sebagai sosok yang benar-benar layak menjadi seorang pemimpin. Hal itu konstruksi melalui citra sebagai pribadi ideal. Semua yang ada pada diri Jokowi merupakan kepribadian yang dibutuhkan pada setiap pemimpin. Jokowi adalah “paket” lengkap sehingga tak ada alasan untuk tidak menghendaki atau memilihnya sebagai seorang pemimpin. Analisis menunjukkan, wacana dibangun melalui konstruksi citra pribadi yang positif. Mengapa Jokowi dengan pribadi yang unggul merupakan sesuatu yang ditawarkan ke publik sebagai tema utama cerita? Tulisan Gregg Thompson dalam bukunya *The Power to Lead* diantaranya bisa menjawab hal ini.

Thompson mengatakan kepribadian merupakan satu hal penting bagi seorang pemimpin. Kepribadian dapat menjadi senjata ampuh bagi seorang pemimpin. Untuk mencapai tujuannya, seorang pemimpin dapat menggunakan dua kekuatan berupa *soft power* dan *hard power*.²⁰ *Soft power* selain seperti budaya, nilai-nilai dan kekuasaan moral, serta kepribadian yang menarik. Mereka adalah kekuatan yang dapat digunakan untuk menaklukkan hati orang tanpa harus menggunakan rangsangan material. Sedangkan *hard power* adalah kekuatan berupa *reward*, *punishment* atau alat lainnya yang bersifat material, digunakan untuk mendapatkan dukungan publik. Rupanya, *soft power* inilah yang dikembangkan komunikator film *Jokowi* dengan menyajikan kepribadian Jokowi yang menarik, sebagai bentuk strategi politik untuk menarik dukungan publik. Komunikator tampaknya sadar tentang apa dilakukan. Ini didasarkan pada beberapa riset yang menyimpulkan bahwa kandidat atau politisi perlu memperhatikan kepribadiannya.

¹⁹Eriyanto, *Op.Cit*, hal.224.

²⁰Gregg Thompson, *The Power to Lead*, SelectBooks, New York, 2009.

Kepribadian politisi yang menarik dapat mempengaruhi peningkatan perolehan suara.²¹ Mengapa kepribadian penting? Politisi yang memiliki visi ke depan, nasionalis, integritas, dedikasi, cerdas, arif, aktif dalam berbagai kegiatan pembangunan, berani, memiliki jiwa kepemimpinan, memiliki *track records* yang signifikan dalam peran-peran strategis, adalah orang yang memiliki kriteria sangat baik sebagai politisi.²²

Kriteria sangat baik sebagai politisi sebagaimana tersebut di atas, dibangun pula pada sosok Jokowi dalam film. Pemimpin adalah orang yang menjadi tempat bergantung orang lain²³. Karenanya untuk dapat menjadi pemimpin, harus memiliki kekuatan, keunggulan dan kemampuan lebih dibanding lainnya, agar mendapat kepercayaan publik. Asumsinya, dia yang memiliki kemampuan lebih akan mampu mengatasi suatu hal dengan lebih baik dibanding lainnya.

1. Pintar dan Cerdas

Seorang pemimpin sudah seharusnya memiliki kemampuan berpikir lebih dibanding yang lain. Itu ada pada Jokowi. Konstruksi bahwa Jokowi layak menjadi pemimpin karena pintar dan cerdas dikonstruksikan lewat *scene-scene* yang menggambarkan bahwa ia selalu menjadi siswa terbaik, mulai SD hingga perguruan tinggi, seperti *scene* 00.34.40-00.35.17 saat ia SD, saat SMA (00.53.00-00.53.15), dan *scene* masa kuliah 01.11.12-01.11.40, lulus (01.32.25-01.32.37).

Semua *scene* saling mendukung dan memperkuat konstruksi sub tema tentang sosok Jokowi yang pintar dan cerdas. Pemilihan kalimat sebagai pendefinisi, komentar dalam narasi serta detil-detil yang digunakan semuanya menguatkan/menonjolkan sosok Jokowi dengan citra positif dengan cara melemahkan sosok lain yakni Jokowi yang selamat dari becak terigu karena ia menggunakan otaknya sementara teman-teman SD-nya yang sebelumnya mengejek Jokowi kena imbasnya, juga digunakan metafora sebagai dasar pembenar bahwa Jokowi orang pintar dengan penggunaan kalimat “*kata Simbahku*”, “*orang pintar itu*”, “*pake otak*”, dst. Perintah guru SMA untuk tepuk

²¹Silih Agung Wasesa, *Political Branding and Public Relations*, Gramedia, Jakarta, 2011, hal.290.

²²*Ibid.*

²³Niels Mulder, *Kebatinan dan Hidup Sehari-hari Orang Jawa*, Gramedia Pustaka, Jakarta, 1984, hal 70.

tangan atas keberhasilan Jokowi memecahkan soal sementara semua temannya tidak mampu, menampilkan bagaimana Jokowi lebih unggul serta melemahkan yang lain, dapat pula dilihat dalam *scene* Jokowi saat kuliah. Hanya ia yang mampu memberikan penjelasan atas tema dari dosen dan menjawab pertanyaan dari mahasiswa lain. Konstruksi citra Jokowi sebagai sosok pintar dan cerdas dilakukan dengan memberikan detil-detil, metafora dan koherensi pembeda sehingga memunculkan maksud adanya hal bertentangan antar tokoh, yang pada akhirnya menampakkan Jokowi pada posisi yang lebih unggul.

Selain pada skema, hal itu dapat dilihat pada elemen detil sekaligus koherensi pembeda seperti tepuk tangan, menunjukkan bahwa Jokowi aktif yang lain tidak, Anto yang membersihkan tepung di rambut dan menyikut temannya, gelak tawa bernada ejekan terhadap Anto, yang tadinya mengejek Jokowi. Pemilihan kalimat diucap para guru, baik secara eksplisit maupun implisit mengungkapkan maksud komunikator. Penggunaan kata “*pinter, pakai otak*” secara leksikon memperjelas maksud dan tema dikonstruksikan terhadap sosok Jokowi. Makna itu dikuatkan dengan kalimat “*kata simbahku*” yang secara retorik menunjukkan adanya dasar penguat bahwa dalam melakukan semua hal itu harus ada dasar atau dipikir sebelumnya. “Simbah” dalam bahasa Jawa²⁴ berarti nenek atau kakek. Masyarakat Jawa juga menggunakan sebutan itu untuk orang yang dituakan karena kemampuan lebih dimiliki, sekalipun usianya masih muda. Pemilihan kata “simbah” menegaskan arti bahwa apa yang dilakukan Jokowi ada dasar yakni dari orang yang dianggap memiliki pengetahuan/pengalaman lebih sehingga apa yang dikatakannya adalah benar, patut jadi rujukan. Secara sintaksis, kalimat kata “simbah” menyampaikan maksud komunikator, menunjukkan Jokowi orang yang penuh perhitungan, melakukan sesuatu dengan dasar, tidak asal.

2. Menghargai pluralisme.

Jokowi dikonstruksikan sebagai sosok yang mampu menghargai pluralisme atau perbedaan. Pengalaman hidup tinggal dengan orang-orang berbeda latar belakang agama, suku, dan sosial menjadi dasar konstruksi bahwa ia tak akan

²⁴Nursam Windarti, *Kamus Basa Jawa*, Pustaka Widyatama, Yogyakarta, 2012, hal 199.

terpicu dan akan mampu menyelesaikan persoalan-persoalan berbungkus suku, agama, ras dan antargolongan (SARA). Konstruksi itu terlihat dari analisis tematik terhadap *scene-scene* ditampilkan, sintaksis, dan stilistik serta elemen detil yang semuanya memposisikan sosok Jokowi di posisi lebih serta melemahkan sosok lainnya.

Jokowi dan keluarganya tinggal, bergaul dan bersahabat dengan keluarga beda agama. Jokowi lahir dengan agama Islam namun ia dan keluarganya tinggal di rumah sewa yang pemiliknya beragama Katholik. Di dalam rumah terpajang representasi Yesus Kristus di atas kayu salib (*scene* 00.23.47-00.24.14). Secara semantik, *scene* ini menampilkan pesan/maksud bahwa bagi Jokowi, perbedaan tidak harus dan bukan menjadi masalah. Hal itu diskemakan dengan adegan dimana Jokowi mampu bergaul dan bersahabat baik dengan anak pemilik rumah meski beda agama, diungkapkan lewat *scene* Jokowi yang sering diantar ke tempat mengaji, oleh anak pemilik rumah. Sub tema ini diperkuat dengan penggunaan latar berupa adegan Jokowi kecil diberi penjelasan ayahnya bahwa manusia harus saling menghormati dan berbuat baik sekalipun beda keyakinan (*scene* 00.24.38-00.25.00). Mihardjo : “*Bu Harjo dan keluarganya itu le, punya keyakinan berbeda dengan kita. Rak popo to?*” (Jokowi mengangguk). “*Tuhan juga menciptakan manusia yang berbeda-beda tapi tetap satu keturunan, ya Nabi Adam. Tapi biarpun kita berbeda, tetap harus saling menghormati dan berbuat baik, ya!*” (Jokowi mengangguk lagi tanda mengerti perkataan bapaknya).

Nasehat di atas, secara semantik sekaligus menjadi latar atau penjabar maksud ingin disampaikan komunikator mengenai pandangannya terhadap perbedaan dalam hidup. Pemilihan kata dan kalimat makin memperjelas pemaknaan. Teknik pengambilan gambar secara dekat (*close-up*) terhadap Jokowi kecil yang mengangguk-angguk mendengarkan penjelasannya bapaknya, merupakan elemen grafis untuk menonjolkan betapa pentingnya bagian ini. Jokowi yang masih kecilpun, sudah paham cara menyikapi perbedaan.

Jokowi yang mampu menghargai pluralisme juga dikonstruksikan lewat *scene* ia tinggal di lingkungan sosial kurang baik, masyarakat judi sabung ayam. Jokowi dan keluarganya tidak terpengaruh. Ia tetap rajin mengaji, bapaknya tidak ikut-

ikutan berjudi, dan ibunya terus menasehatinya untuk rajin beribadah (*scene* 00.25.00-00.25.30). Sub tema dalam *scene* ini dapat dilihat dari aspek semantik dan penggunaan detil. Kalimat-kalimat dalam dialog menggunakan koherensi pembeda yang semuanya menonjolkan sosok Jokowi pada citra positif dengan melemahkan sosok/pemeran lainnya.

Scene mengkonstruksikan Jokowi dan keluarganya taat terhadap agama sementara lainnya tidak, sebab melakukan perbuatan dilarang agama. *Scene* menonjolkan sosok Jokowi dalam citra positif dengan cara melemahkan sosok lainnya seperti Jokowi berwudhu, mengenakan peci, teriakan suara ibunya, “*Joko, jangan lupa mengaji!*,” dan bagaimana ia lari menerobos kerumunan sabung ayam menonjolkan sosok Jokowi yang taat di tengah kurang kuatnya kontrol agama di lingkungan sekitar ia hidup. Koherensi pembeda pembeda ini dikuatkan dengan adegan riak riuh para peserta sabung ayam “*Ayo..ayo..ayo*”, menimbulkan makna kontras dengan apa dilakukan Jokowi sehingga menimbulkan efek positif bagi Jokowi dan negatif bagi lingkungan di sekelilingnya. Islam melarang umatnya berjudi termuat dalam QS Al-Maidah : 90.

Konstruksi citra ini ditampilkan pula dalam *scene* Jokowi kuliah di Yogyakarta, hidup di tengah masyarakat dari berbagai latar belakang berbeda. Selama tinggal di kos, ia berbagi kamar dengan seorang warga keturunan Batak (ditampilkan lewat logat bicara (*scene* 01.09.10)). Sub tema ini mewacanakan sosok Jokowi yang bakal mampu menjaga kerukunan di tengah-tengah banyaknya perbedaan di masyarakat.

Rukun adalah keadaan ideal yang diharapkan dapat dipertahankan dalam semua hubungan sosial, tak hanya dalam keluarga namun juga masyarakat, dimana semua pihak dalam keadaan damai satu sama lain, saling menerima, saling kerjasama dalam suasana tenang dan sepakat.²⁵

Rukun adalah salah satu kaidah dasar kehidupan orang Jawa yang selalu dijaga agar tidak terjadi konflik. Dengan bertindak rukun, orang Jawa dikatakan tidak egois. Mampu berbaur dengan orang lain termasuk salah satu upaya menjaga

²⁵Frans Magnis Suseno, *Etika Jawa : Sebuah Analisa Falsafi tentang Kebijakan Hidup Jawa*, Gramedia Pustaka, Jakarta, 1996, hal. 39.

kerukunan. Dalam Jawa dikenal istilah “*durung jawani, ora njawani*” menunjuk arti tidak paham sehingga berlaku layaknya orang tidak dewasa. Orang yang demikian dalam sebutan ekstrim bisa disebut “durung dadi uwong” (belum jadi manusia) atau “kaya kewan” (seperti hewan).²⁶ Istilah itu juga dapat digunakan untuk menyebut orang Jawa yang tidak mampu menyelaraskan hidupnya dengan orang lain.

Masyarakat Jawa adalah orang-orang yang mengutamakan kebersamaan dan keselarasan. Dari sini jelas bahwa mereka yang tidak mampu menyelaraskan diri dengan lingkungannya, tidak akan mungkin mendapatkan simpati sehingga tidak akan mungkin dipilih menjadi seorang pemimpin. Seorang pemimpin harus mampu mengampu masalah perbedaan hingga tercipta ketertiban. Pemimpin yang demikian dinilai mampu memberikan perlindungan terhadap anggotanya. Namun tidak semua pemimin mampu melakukan hal itu. Idiologi kepemimpinan Jawa menyebarkan mitos bahwa hanya pemimpin yang memiliki wahyulah yang mampu menciptakan perlindungan dan ketertiban bagi masyarakatnya. Niels Mulder menjelaskan keterkaitan wahyu dengan keyakinan di Jawa.²⁷

Bahwa kemampuan dalam melindungi masyarakat merupakan turunan perlindungan dari atas, perlindungan yang lebih tinggi, sumber yang dianggap memegang perlindungan paling akhir (Tuhan). Pemimpin, keselarasan, ketertiban adalah satu paket. Dari sini kita dapat membaca maksud komunikator mengkonstruksikan Jokowi sebagai sosok yang mampu menghargai perbedaan. Dengan adanya rasa saling menghormati, ketertiban maupun kerukunan hidup dapat tercipta. Kemampuan ini, tak hanya datang begitu saja kepada Jokowi namun berkat terpilih sebagai penerima “wahyu”. Bahwa tanda-tanda kekuasaan, sudah ia miliki.

3. Penganut agama yang baik

Konstruksi Jokowi adalah sosok dengan ibadah baik, dilakukan dengan menyodorkan *scene* Jokowi pandai mengaji, melakukan sholat malam. Analisis

²⁶*Ibid*, hal 158.

²⁷Niels Mulder, *Op.Cit*, hal.46.

pada struktur mikro dan makro teks menunjukkan penonjolan-penonjolan pada karakter Jokowi dan pelemahan pada karakter lain.

Scene 00.27.02 menampilkan kemampuan Jokowi membaca kitab suci disusul pemilihan dialog, “*Bagaimana tadi? Bisa, mengajinya?*” tanya salah satu teman. “*He eh, bisa ngaji, gampang*”. Jawab Jokowi. Gampang dalam bahasa Jawa berarti mudah. Secara leksikon, kata ini digunakan untuk memperkuat makna Jokowi adalah pintar juga taat agama. Membaca kitab suci adalah salah satu kewajiban orang Islam diantaranya diperintahkan dalam QS Al-Alaq :1- 4 dan QS Al A’rof : 157.

Selain mampu mengaji, seorang muslim yang baik juga dikonstruksikan lewat *scene* dimana Jokowi juga melakukan sholat malam, meskipun hanya ada satu adegan, yakni saat ia tinggal di kos saat masih kuliah di Universitas Gajah Mada Yogyakarta (*scene* 01.11.42). Sembahyang adalah hal wajib termuat dalam QS 4 An Nisaa’ : 103. Islam juga mengajarkan umatnya untuk menuaikan sholat sunat sebagai ibadah tambahan sebagaimana termuat dalam QS Al Baqarah : 153. Sementara sholat sunah sebagai ibadah tambahan ada banyak macamnya namun yang umum dilakukan adalah sholat tahajud sebagaimana termuat dalam QS Al Isro’ : 79. Sebagai sosok yang taat agama, Jokowi juga dikonstruksikan tidak minum-minuman keras dan bergaul dengan orang baik (*scene* 01.00.00-01.00.36) : “*Aku ndak mabuk-mabukan buk, aku ndak bergaul dengan orang-orang nggak genah. Aku nggak mau ngecewain ibuk,*” kata Jokowi kepada ibunya yang menangis karena berpikir Jokowi telah salah pergaulan.

Scene-scene di atas mengangkat tema Jokowi sebagai sosok yang menjalankan syariat agama Islam dengan baik. Mempelajari Al-quran, sembahyang, tidak berjudi dan minum-minuman keras adalah perintah sebagaimana tercantum dalam kitab suci orang Islam, Al-Quran, khususnya Al Maidah ayat 90. Ibadah yang dilakukan Jokowi sebagaimana ditunjukkan dalam *scene-scene* di atas mencitrakan karakter orang beriman. Berbicara soal Islam selalu akan dikaitkan dengan masalah iman. Hitam putih keislaman seseorang selalu diukur dari kadar keimanannya, yaitu sejauh mana orang tersebut mematuhi

segenap perintah Tuhan-Nya dan meninggalkan larangan-Nya.²⁸ Sepak terjang seseorang yang mencerminkan kesempurnaan iman adalah bila ia mampu mempraktikkan seluruh cabang iman dalam kehidupannya. Iman adalah percaya yang mana dalam ajaran Islam, merujuk kepercayaan terhadap enam hal. Cabang Iman merujuk pada hadits, ada 60 diantaranya memuliakan Al-Quran, mendirikan sholat, memelihara diri dari makan dan minum yang diharamkan, berbakti kepada orangtua, dan dermawan.²⁹ Rujukan di atas mengungkap maksud komunikator tentang bagaimana Jokowi dicitrakan dari sudut pandang agama.

4. Jujur, tidak tergiur suap, dan pemberani

Jokowi sosok yang jujur, tidak tergiur suap dikonstruksikan dalam *scene* 00.27.15-00.28.26. Jokowi dihadang di jalan dan diminta tutup mulut agar tidak melapor ke guru bila ada anak bolos mengaji. Untuk tutup mulut, Jokowi diberi uang namun menolak. Jumlah uang ditambah, Jokowi tetap menolak. Jokowi lebih memilih menerima dihajar akibat menolak suap serta menerima amarah dari ayahnya karena dianggap berkelahi. “*Ini.*” Kata seorang anak lelaki berbalut kain sarung layaknya kostum ninja, menyodorkan satu koin uang logam ke Jokowi. “*Buat apa itu?*” tanya Jokowi. “*Jangan bilang ke pak ustad kalau kami kabur!*”. “*Maaf kalau seperti ini aku ndak bisa terima*”. Timpal Jokowi. “*Kurang?*” “*Huh sudah miskin sombong.*” Kata temannya yang lain. “*Nih aku tambahin buat jajan*” kata anak pemberi uang tadi. “*Maaf tapi aku tetap ndak bisa nerima*” jawab Jokowi lagi. Sesaat kemudian Jokowi dihajar karena menolak.

Scene ini baik secara tematik, skematik, maupun stilistik, mengkonstruksikan citra Jokowi sebagai sosok pemberani dengan melemahkan sosok yang lain. Ditampilkan, ia dihadang anak berkostum ala ninja, saat itu sejumlah temannya membalikkan langkah pertanda takut namun tidak bagi Jokowi. Ia menghadapi masalah di depan matanya. Analisis semantik menunjukkan maksud yang jelas atau tersurat, penggambaran Jokowi yang anti suap dan pemberani. Secara sintaksis kalimat dipilih menunjukkan Jokowi sosok antisuap. *Scene* ini juga

²⁸Syamsul Rijal Hamid, *ibid.*, hal.36.

²⁹*Ibid*, hal.40-52.

menggunakan koherensi pembeda dengan menunjukkan makna berkebalikan antara keputusan dipilih Jokowi dengan apa dilakukan temannya yakni membolos, menyuap, dan takut menghadapi musuh.

Tema pemberani dikonstruksikan juga lewat *scene* Jokowi menceburkan diri ke dalam arus sungai, mengambilkan baju hanyut salah seorang nenek yang sedang mencuci pakaian di pinggir sungai (*scene* 00.38.00-00.38.20). Secara sintaksis, *scene* ini menggunakan koherensi pembeda dengan melemahkan sosok lain disertai detil berupa tidak adanya orang lain yang peduli terhadap teriakan *simbok* pemilik baju hanyut. *Scene* 00.39.03-00.39.25 juga mencitrakan sosok pemberani. Jokowi kecil berteriak lantang, melawan petugas Satpol PP yang tengah menggosur rumahnya. Semua *scene* saling menguatkan satu sama lain, mendukung dengan cara memperkuat karakter positif pada diri Jokowi.

5. Sayang, peduli keluarga, berbakti kepada orangtua, suka menolong, dermawan, rendah hati, memanusiation sesama, bakat, takdir pemimpin

Jokowi sepertinya memang sudah lahir dengan takdir sebagai pemimpin. Tema ini dikonstruksikan melalui banyaknya penggunaan praanggapan yang dipakai komunikator untuk memperjelas maksud diutarakan. Kalimat-kalimat dalam setiap *scene* mengutarakan tema secara jelas yangmana didukung pula oleh penggunaan latar dan elemen retorik sebagai penegas. Sub tema ini digambarkan secara jelas lewat skema cerita dijalankan yang dari awal dari akhir, hampir semuanya menggunakan asumsi-asumsi berupa keyakinan maupun ungkapan yang menunjukkan bahwa ia memang ada bakat (takdir) menjadi seorang pemimpin. Cerita dibangun dengan cara menggiring asumsi bahwa ia nantinya bakal menjadi orang besar.

Scene awal bagian dari pembuka film 00.05.45-00.00.06.28 : Mihardjo menimang anaknya yang baru lahir. Mihardjo : “*Tak ting tung tung tung. Anak bapak besok gedhe jadi apa? Tukang kayu kayak bapak.*” Kakek : “*Wo..ra maju*”. Mihardjo : *Lha mau jadi apa to pak? Bapaknya saja tukang kayu, yo le yo?*,” Kakek : *Kalau kamu mendoakan anakmu itu jangan asal-asalan. Besok*

besar jadi petinggi. Jadi orang yang bikin dunia makmur, jadi panutan orang banyak, gitu.”

Ucapan kakek Joko yang menanggapi omongan Mihardjo di atas setidaknya menggambarkan bahwa Jokowi tidak hanya diinginkan hidup sebagai orang biasa namun orang besar, seorang petinggi, dalam hal ini menjadi *top leader*. Analisis pada tataran mikro berupa pemilihan kata dan kalimat dipakai dalam narasi film juga menguatkan hal itu seperti elemen sintaksis dan stilistik yang ditunjukkan dalam pemilihan kata “petinggi”, “jadi orang yang bikin dunia makmur”, serta “panutan orang banyak.” Kata “jadi orang yang bikin dunia makmur” mengindikasikan bahwa Jokowi tak hanya cukup diharapkan menjadi pemimpin yang menjadi panutan orang banyak namun juga memenuhi aspirasi, keinginan dan kebutuhan warga dipimpinya. Pemilihan kata “dunia” menunjukkan bahwa Jokowi diharapkan tak hanya menjadi petinggi di tataran rendah atau sedang namun menjadi *top leader* atau pemimpin dengan karir tertinggi, semisal di tingkatan pemerintah kota, tentu tak hanya menjadi lurah namun walikota, dalam tataran tingkatan lebih tinggi tentunya menjadi gubernur hingga dan berakhir menjadi seorang presiden.

Adanya asumsi atau praanggapan bahwa Jokowi akan menjadi orang besar juga dapat dilihat pada *scene* 32.15-34.36. Jokowi dinasehati kakeknya. Sambil memegang wayang : *Le ini sapa? Raden Werkudara dia ini satria yang gagah besar lurus hatinya. . Nah itu le kamu sudah belajar dari pengalaman (Joko mengangguk tanda paham)...Le kamu besok bisa jadi orang besar. Simbah bisa merasakan itu.”*

Scene 01.07.07-01.09.07 : Mihardjo dan Jokowi makan soto. Mihardjo: “Kamu harus nirun tukang soto itu. Yang datang ke sini macem macem permintaannya. Dari permintaan yang buanyak dan bermacam macem itu, tukang soto tetap melayani. Nanti kalau kamu di tengah-tengah masyarakat, ketemu orang dari berbagai jenis mereka juga akan punya keinginan dan permintaan yang muacem macem. Banyak permintaan, banyak keinginan tapi kamu tetap harus melayani. Tapi sebenarnya le, kamu yang menjadi panutan mereka. Ada peribahasa ngluruk tanpa bala, menang tanpa ngasorake. Bagaimana

memenangkan sesuatu tanpa membuat musuh yang dikalahkan itu merasa kalah ataupun direndahkan.”

Scene-scene di atas, ucapan Mihardjo kepada anaknya menunjukkan ada pesan bagaimana bila Jokowi nantinya menjadi seorang pemimpin di masyarakat. Skema ini didukung dengan pemilihan kata yakni “melayani”, “panutan”, “orang besar”. Elemen leksikon ini begitu jelas menunjukkan maksud dari komunikator tentang bagaimana Jokowi seolah sudah dipersiapkan dengan sangat matang berbekal pesan-pesan baik dari orangtuanya bila nanti menjadi seorang pemimpin di negeri ini. Bahwa pemimpin selain sebagai panutan juga seorang pelayan masyarakat. Hal ini diperkuat dengan penggunaan metafora dalam istilah Jawa “*ngluruk tanpa bala, menang tanpa ngasorake*”. Sebuah peribahasa Jawa yang selalu erat kaitannya dengan cara orang Jawa menghadapi atau menundukkan lawan dengan cara-cara persuasif, dengan memberikan contoh sebagai sosok kesatria, bertanggung jawab dan tidak menghinakan lawan.³⁰ Elemen praanggapan “Nanti kalau kamu di tengah-tengah masyarakat” makin memperjelas makna teks mengenai kepemimpinan. Skema cerita pada bagian akhir makin menunjukkan dengan jelas mengenai tema bahwa Jokowi adalah sosok yang layak menjadi seorang pemimpin. *Scene* 01.44.00 -01.45.10 menampilkan latar berupa *flashback* di masa lalu Jokowi bersama sang ayah, setelah bapaknya meninggal. Tergiang ucapan bapaknya “*Setiap orang lahir dengan takdirnya sendiri. Dengan sebisanya bapak dan ibu membesarkan kamu. Tapi takdir itu ada di tangan kamu sendiri. Waktu bapak memberimu nama Joko Widodo, bapak berharap kamu akan jadi lelaki yang selamat dunia dan akhirat. Itu hanya nama sederhana, kamu sendiri yang bisa membuat nama sederhana itu menjadi berharga.*”.

Film ini banyak menggunakan kata bijak sebagai latar atau penjelas yang membentuk pribadi Jokowi. Latar disusul dengan skema cerita pelantikan Jokowi sebagai Gubernur DKI Jakarta sebagai klimaks atau puncak cerita dimana pelantikan itu disaksikan seluruh pedagang Pasar Gede Solo. Tak hanya tua dan dewasa, anak-anak pun sangat antusias menyaksikan prosesi ini. *Scene* ini juga diperlihatkan dengan sangat detil untuk menunjukkan maksud dan makna dari

³⁰RMP Sosrokartono, *Ilmu dan Laku*, Citra Jaya Murti, Surabaya, 1988, hal. 91.

komunikator tentang sosok Jokowi yang begitu berharga di mata masyarakat, dielu-elukan, diimpi dan didamba masyarakat. Bahwa kemenangannya adalah kemenangan rakyat. Elemen detil dimulai dari seorang anak laki-laki kecil sekitar usia enam tahun berlari menuju pasar dengan sangat tergesa. Seluruh lorong pasar diperlihatkan “mati”. Barang-barang dagangan ditinggalkan begitu saja oleh pedagang seolah tak lagi penting bagi mereka. Kemanakah mereka? Ternyata mereka semua berkumpul di salah satu sudut pasar, bersama menyaksikan pelantikan Jokowi sebagai Gubernur DKI melalui televisi tabung kecil. Tua, muda, anak-anak bersama menyaksikan prosesi ini. Begitu pelantikan selesai semua bertepuk tangan, tertawa dan menangis. Tak hanya orang dewasa yang menangis tanda bahagia akan keberhasilan Jokowi dalam pemilihan Gubernur DKI, anak kecil yang melihat dari perawakan belum ada usia 6 tahun tadi juga turut menangis tanda lega bahagia. Adegan menghadirkan anak kecil dalam moment ini secara detil sebenarnya sangat berlebihan sebab tak ada relevansinya dengan kemenangan Jokowi sebagai Gubernur. Secara logika, anak-anak belum memiliki keterkaitan emosi maupun referensi tentang pemimpin idola, kecuali memang ada keterkaitan keluarga. Namun adegan ini dimasukkan untuk menguatkan maksud komunikator bahwa Jokowi adalah pemimpin yang sangat didamba dan dinanti, impian rakyat bahwa hingga seorang anak kecil yang biasanya belum paham apa-apa, turut sangat menginginkan kemenangannya.

Maksud ini diperkuat dengan situasi seluruh pasar yang “mati” demi menonton prosesi pelantikan Jokowi sebagai Gubernur DKI. Bagaimana para pedagang meninggalkan seluruh dagangan tanpa ada pengamanan sama sekali seperti menutupi dengan lembar plastik atau upaya lainnya, demi untuk menonton acara pelantikan Jokowi di televisi, menunjukkan bahwa momen itu jauh lebih penting dari apapun. Kehilangan barang dagangan tidak ada artinya dibanding tidak dapat menyaksikan walikota mereka yang dulu, kini berhasil di karir politik yang lebih tinggi. *Shot-shot* wanita tua bakul pasar, aktivitas kerokan sambil nonton TV menunjukkan maksud komunikator bahwa Jokowi adalah representasi rakyat kecil sehingga otomatis akan memperhatikan nasib mereka. Detil diberikan sangat banyak yakni model siaran televisi yang dibuat dua layar memperlihatkan

pelantikan Jokowi dan kerumunan warga di luar gedung pelantikan, menandakan antusias dan kebahagiaan mereka. Seperti sorak sorai, poster-poster tulisan “Jakarta Bersatu” dan masyarakat membawa berbagai simbol kebahagiaan seperti simbol cinta berbentuk hati (love) (*scene* 01.45.11-01.46.35). Lambang cinta, air mata, tawa, tepuk tangan, kerumunan massa, menunjukkan betapa Jokowi adalah pemimpin idaman yang dapat menyatukan seluruh masyarakat. \

6. Berkeinginan maju, pekerja keras, tak mudah menyerah, mencintai budaya asli, setia, idak terlibat organisasi terlarang.

Jokowi pantas menjadi seorang pemimpin di negeri ini salah satunya dikonstruksi lewat citra politiknya yang bersih, tidak terlibat organisasi terlarang terutama Partai Komunis Indonesia (PKI). Hal ini dapat dilihat pada *scene*00.20.00-00.20.47. Jokowi dan bapaknya tidak ditangkap aparat karena tidak tercatat dalam jaringan partai bersimbol palu arit itu. Meski hanya disajikan dalam hitungan kurang dari satu menit, sekilas, tidak ada keterkaitan dengan jalannya cerita secara keseluruhan, *scene* yang menyatakan jika Jokowi dan seluruh keluarganya tidak terlibat partai komunis ini sangat penting untuk dihadirkan sebagai bukti atau jaminan bahwa Jokowi tidak pernah memiliki persoalan hukum dan politik. Citra tidak terlibat PKI penting dilakukan untuk mendapatkan dukungan sosial serta politik yang luas.

Daftar Pustaka

- Agung Wasesa, Silih. (2011). *Political Branding and Public Relations*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Amir, Marfi. (1999). *Etika Komunikasi Massa dalam Pandangan Islam*. Jakarta: Logos.
- Antlov, Hans; Cederroth, Sven. (2001). *Kepemimpinan Jawa: Perintah Halus, Pemerintahan Otoriter*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Arifin, Ahmad. (2006). *Pencitraan dalam Politik*. Jakarta: Pustaka Indonesia.
- AW, Suranto. (2010). *Komunikasi Sosial Budaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Black, Jay; Whitney, Frederick C., (1998). *Introduction to Mass Communication*. USA: Brown Publishers.
- Budi Suseno, Dharmawan. (2009). *Wayang Kebatinan Islam*. Bantul: Kreasi Kencana.

- De Fleur, Melvin. (1989). *Theories of Mass Communication*, 5th edition, London: Longman
- Eriyanto. (2011). *Analisis Wacana : Pengantar Analisis Teks Media*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Fachruddin, Andi. (2012). *Produksi Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Garret, Peter; Bell, Allan. (1998). *Media Discourse: A Critical Overview*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Hamid, Syamsul Rijal. (2008). *Buku Pintar Agama Islam*. Bogor: Cahaya Salam.
- Hikam AS. (1996). “Bahasa dan Politik” (Yudi Latif dan Idy Subandy Ibrahim, ed), *Bahasa dan Kekuasaan: Politik Wacana di Panggung Orba*. Bandung: Mizan.
- Magnis Suseno, Frans. (1996). *Etika Jawa: Sebuah Analisa Falsafi tentang Kebijaksanaan Hidup Jawa*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- (2001). *Etika Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Mufti, Muslim. (2012). *Teori-Teori Politik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Mc Quail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika. Ed. 6.
- Niels Mulder. (1984). *Kebatinan dan Hidup Sehari-hari Orang Jawa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- (1996). *Kepribadian Jawa dan Pembangunan Nasional*. Yogyakarta: UGM Press.
- Nimmo, Dan. (2000). *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*. Bandung: Rosdakarya.
- Pawito. (2009). *Komunikasi Politik, Media Massa dan Kampanye Pemilihan*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Prasetyawan, Wahyu, “Image Construction in Politics: Political Adverstiment in 2009 Indonesian Election”, *Journal of Issaes in Asia* vol 27 no 2, 2012, hal 310.
- Sobur, Alex. (2001). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Framing*. Bandung: Rosdakarya.
- Sosrokartono, RMP.(1988). *Ilmu dan Laku*. Surabaya : Citra Jaya Murti.
- Tubbs, Steward L.; Moss, Sylvia. (2001). *Human Communication* (edisi terj. Deddy Mulyana dan Gembirasari). Bandung : Rosdakarya.
- Windarti, Nursam. (2012). *Kamus Basa Jawa*. Yogyakarta: Pustaka Widyatama.
- Hamad, Ibnu. “Perkembangan Analisis Wacana dalam Ilmu Komunikasi: Sebuah Telaah Ringkas”, <http://syariat-tharikat-hakikat.blogspot.com/2008/04/perkembangan-analisis-wacana-dalam-ilmu.html>, akses 1 Juli 2014.
- www.mpr.go.id, tentang Ketetapan MPR RI No I/MPR/2003 tentang Pembubaran dan Pelarangan Komunis, akses 10 Juli 2014, pkl 16.15 wib.
- www.mahkamahkonstitusi.go.id, akses 10 Juli 2014 pkl 16.15 wib.
- www.kompas.com, “Tak ada Izin, Jokowi Keberatan Film Jokowi”, Rabu 22 Mei 2013 pkl 16.37 wib.
- www.merdeka.com, “Film Jokowi Jadi Media Kampanye Pilpres”, Senin 9 Juni 2014 Pkl 18.57 wib.