

Hiperrealitas Joko Widodo dalam komunikasi politik Pilpres 2019: Studi kasus pemaknaan bahasa busana sebagai komunikasi politik Joko Widodo = Hiperrealty in Joko Widodo`s political communication during 2019 presidential election: meaning of clothing language as Joko Widodo`s political communication case study

Muhammad Fajar Fadhillah Yasid, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20491092&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini mengkaji hiperrealitas citra yang dilakukan oleh Joko Widodo dalam posisinya sebagai presiden Republik Indonesia yang kembali menjadi kandidat presiden untuk periode berikutnya, Pemilihan Presiden 2019. Melalui deretan busana yang ia gunakan di berbagai aktivitas, yang kemudian secara visual ia tampilkan melalui media sosial, Joko Widodo membentuk citra tertentu. Untuk mengidentifikasi realitas yang coba diciptakan oleh Joko Widodo, peneliti menggunakan konsep hiperrealitas dari Jean Baudrillard. Hiperrealitas memisahkan realitas yang terlihat oleh publik dari realitas yang sesungguhnya. Realitas baru dibentuk dan membuat realitas yang sesungguhnya tidak lagi menjadi akar referensi publik dalam melihat dan menilai seseorang. Penelitian ini mengurai proses hiperrealitas dengan konsep pemasaran politik melalui media sosial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadi hiperrealitas pada Joko Widodo, yang dibentuk dari cara berbusananya. Gaya berbusana Joko Widodo secara kolektif membangun citra-citra tertentu, yang di antaranya adalah citra anak muda, citra pekerja, citra netral, dan citra sederhana.

.....

This study examined hyperreality of Joko Widodo`s image regarding his position of President of Republic of Indonesia and his candidacy for next period in 2019 Presidential Election. Joko Widodo is constructing certain image through his sets of fashion during several activities which are shown visually on social media. This study used the concept of hyperreality coined by Jean Baudrillard to identify realities created by Joko Widodo.

Hyperreality is separated reality which is seen by public from the original reality. New reality is constructed and it made original reality not seen as public standard reference in seeing and judging people. This study specifically entangled the process of hyperreality in its relation with the concept of political marketing through social media.

The result of this study showed that hyperreality has been constructed by Joko Widodo through his sets of clothing and fashion style. Joko Widodo`s style of fashion is collectively constructed certain images, which are youth, working class, neutrality, and simplicity.