

**YouTube dan Panggung Komunikasi Politik:  
Media Klarifikasi Pemberitaan Negatif  
Media Massa Arus Utama**  
*(YouTube and the Stage of Political Communication:  
Media Clarification Mainstream  
Mass Media Negative News)*

**Tri Alida Apriliana**  
alinamahamel@gmail.com  
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

***Abstract***

*The presence of the internet and new media have provided opportunities for the public to participate in political conversations or debates through new media, which is user generated content. New media of the user generated content type is the media with content created by the users of the new media themselves. Youtube is a new type of media, although the interactions offered are not as busy as other social media, but the use of Youtube is quite effective to boost the popularity of political communicators. Through Youtube, important information can be disseminated in more personal or dialogical ways in responding to various public curiosity. During the last few years in Indonesia, Youtube has also been widely used by political communicators to upload videos containing political statements or attitudes on actual issue. It is often that Youtube is also used as a medium for political communicators to clarify when they feel that they have been described negatively by the mainstream mass media.*

**Key Words: Democracy, Political Communication, Internet, New Media, Youtube**

***Abstrak***

*Kehadiran internet dan media baru telah memberikan kesempatan bagi publik untuk turut berpartisipasi dalam perbincangan-perbincangan atau debat-debat politik melalui media baru berjenis user generated content. Media baru berjenis user generated content merupakan media dengan konten yang dibuat oleh pengguna media baru itu sendiri. YouTube merupakan salah satu jenis media baru, meskipun interaksi yang ditawarkan tidak seramai media sosial lainnya, tapi penggunaan YouTube cukup efektif menjadi salah satu media yang dapat mendongkrak popularitas citra diri komunikator politik. Melalui YouTube dapat dilakukan diseminasi berbagai informasi penting dengan cara-cara*

*lebih personal atau dialogis dalam merespons berbagai keingintahuan publik. Selama beberapa tahun terakhir di Indonesia YouTube juga ramai digunakan oleh para komunikator politik untuk mengunggah video-video berisi statement atau sikap-sikap politik terhadap suatu isu aktual. Tak jarang YouTube juga digunakan sebagai medium komunikator politik untuk melakukan klarifikasi ketika mereka merasa memperoleh pemberitaan-pemberitaan negatif dari media massa arus utama.*

**Kata Kunci:** *Demokrasi, Komunikasi Politik, Internet, Media Baru, Youtube*

## **Pendahuluan**

Kehadiran media dan keberlangsungan demokrasi di suatu negara demokratis memiliki keterkaitan satu sama lain. Di satu sisi, demokrasi membutuhkan media sebagai alat komunikasi politik. Di sisi lain, media dapat berfungsi bagi kepentingan publik dalam sebuah sistem politik demokratis. Karena itu, media seringkali disebut sebagai pilar keempat demokrasi (*the fourth estate*). Hubungan saling membutuhkan antara media dan demokrasi dapat dikaji dari dua sudut pandang, sudut pandang mikro dan sudut pandang makro.<sup>1</sup>

Sudut pandang mikro berfokus pada efek komunikasi politik pada tingkat individual. Kondisi ideal di sebuah negara demokrasi adalah saat dimana setiap warga negara sudah memiliki kesadaran politik cukup baik. Dengan kata lain, publik tidak hanya mampu memahami isu-isu politik, melainkan sadar dan terdorong untuk mencari informasi yang digunakan sebagai pedoman dalam menentukan pilihan-pilihan politik. Namun demikian, seringkali terjadi pada tingkat mikro, meskipun media telah berusaha untuk fokus pada pemberitaan-pemberitaan terkait dengan kepentingan publik luas secara kritis dan independen, tetapi jika publik sebagai audiens tidak memiliki kapasitas cukup baik untuk menerima dan mencerna informasi, maka berita-berita yang disajikan itu menjadi tidak terlalu bermakna.<sup>2</sup>

Sementara itu, sudut pandang makro, lebih melihat pada bagaimana struktur dalam sistem media mempengaruhi politik, seperti pada bagaimana pola peraturan pemerintah, bagaimana pola kepemilikan media, dan lain-lain. Karakter media di suatu negara ditentukan oleh sistem politik yang berlaku di negara tersebut. Sistem politik otoriter akan membuat media terkungkung, sementara sistem politik demokratis akan menghasilkan media liberal. Sistem politik otoriter sudah pasti tidak akan berpihak pada kepentingan publik. Hal ini dikarenakan karena media telah diambil alih sebagai alat propaganda pihak berkuasa. Sementara itu, dalam sistem demokrasi, media juga belum tentu berpihak pada kepentingan publik, karena

<sup>1</sup> Anthony Mughan and Richard Guther, *Democracy and The Media* (Cambridge: Cambridge University Press, 2000), hal 1-27.

<sup>2</sup> *Ibid.*, hal. 1-27.

belum tentu orientasi pemberitaan tertuju pada keberpihakan terhadap kepentingan publik. Ketidakberpihakan ini disebabkan karena media telah mengabdikan pada kepentingan bisnis pemilik modal.<sup>3</sup>

Dalam konteks Indonesia pasca-Orde Baru, tekanan terhadap media tidak lagi semata-mata datang dari arus kekuasaan negara, tetapi tekanan secara struktural juga datang dari kapitalisme industri pasar dan kecenderungan kuat pada komersialisasi. Konglomerasi media di Indonesia pasca-Orde Baru muncul, tumbuh, dan berkembang dalam kondisi ini.

Hasil penelitian CIPG dan Hivos tentang “*Mapping the Landscape of the Media Industry in Contemporary Indonesia*” mencatat 12 kelompok besar dalam pangsa pasar media massa di Indonesia. Mereka adalah Global Media Communication, Media Nusantara Citra milik keluarga Tanoesoedibjo, Jawa Pos Group saham mayoritasnya dimiliki oleh keluarga Dahlan Iskan, Kompas Gramedia milik Jacob Oetama, Mahaka Media milik Erick Thohir, Elang Mahkota Teknologi milik keluarga Sariaatmadja, CT Group milik Chaerul Tandjung, Visi Media Asia milik kelompok Bakrie, Media Group milik Surya Paloh, MRA Media milik keluarga Soetowo, Femina Group milik Pia Alisjahbana, Tempo Inti Media milik Tempo, dan Berita Satu Media Holding milik Lippo Group.<sup>4</sup>

Tidak dapat dipungkiri, media konvensional seperti stasiun televisi dan surat kabar merupakan institusi bisnis. Meskipun eksistensi awal ditentukan oleh sistem politik yang berlaku, apakah sistem otoriter atau demokratis, namun keberlangsungan hidup media selanjutnya akan lebih ditentukan oleh hal-hal yang bersifat ekonomi. Hal ini mengakibatkan saat ini semakin sering kita jumpai media konvensional, seperti stasiun televisi dan surat kabar, tergerus oleh kepentingan pemilik modal.

Ditengah ironi media dalam demokrasi inilah muncul kekuatan baru berkat kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Kekuatan baru itu yang kemudian disebut sebagai media baru (*new media*). Media baru menjadi variabel independen yang dapat mengubah corak komunikasi politik dalam perkembangan politik dan demokrasi saat ini.

Media baru, terutama internet, merupakan hasil revolusi teknologi komunikasi dan informasi. Media baru ini dapat diaplikasikan dalam berbagai bidang termasuk bidang sosial, ekonomi, hingga politik. Meskipun masih terbilang baru, namun harapan besar telah disematkan, terutama karena karakter media baru ini sangat jauh berbeda dengan media konvensional, baik dalam hal isi, fungsi, institusi, maupun akses publik.

Kekuatan media baru ini pun dinilai akan menguatkan demokrasi. Asumsi yang didasarkan pada kesesuaian antara karakter media baru dan karakter demokrasi. Demokrasi memiliki nilai-nilai kesetaraan, kebebasan, dan partisipasi. Sementara itu,

---

<sup>3</sup> *Ibid.*, hal. 1-27.

<sup>4</sup> Yanuar Nugroho, Dinita Andriani Putri, dan Shinta Laksmi, *Mapping the Landscape of the Media Industry in Contemporary Indonesia* (Jakarta: CIPG and HIVOS, 2012), hal. viii.

pada media baru, nilai-nilai tersebut juga terejawantahkan. Media baru membuka ruang relatif bebas yang ditopang oleh prinsip kesetaraan dan kebebasan serta ditambah pula setiap orang memiliki independensi sebagai pembuat isi (konten) medianya, selain itu kekuatan lain media baru terletak pada kemampuan partisipatif yang dimilikinya.

Media konvensional telah lama dikritisi karena kecenderungan bias pemberitaan dan tidak jarang bertolakbelakang dengan peran media sebagai pilar keempat demokrasi. Deregulasi sebagai konsekuensi dari keterbukaan media, justru semakin menegaskan kecenderungan media untuk mengabdikan pada kepentingan pemilik modal. Rantai belenggu pemilik modal membuat prinsip objektivitas dalam pemberitaan menjadi terabaikan. Padahal, demokrasi mengandaikan keberadaan warga negara memiliki sikap rasional dan kritis. Sikap rasional dan kritis tersebut dapat terbentuk jika tersedia sumber-sumber informasi berkualitas berkaitan dengan kepentingan mereka. Dalam hal ini, peran media dalam memberikan informasi berkualitas dan substantif terkait kepentingan publik merupakan modal dasar untuk membentuk sikap politik rasional dan kritis tersebut.

Dalam sistem demokrasi, media juga harus berperan sebagai ruang publik. Secara sederhana, ruang publik dapat diartikan sebagai suatu ruang yang menjembatani negara dan kelompok sipil. Ruang ini merupakan ruang universal dimana orang-orang berkumpul untuk mendiskusikan hal-hal apa saja,<sup>5</sup> oleh karena itu, ruang publik harus memberi kesempatan sama bagi setiap warga negara untuk terlibat dalam deliberasi publik tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Namun demikian, nyatanya seringkali media konvensional saat ini sudah sangat jauh dari cita-cita ruang publik. Krisis ruang publik dan komunikasi politik yang ditampilkan oleh media konvensional membuat teknologi media baru semakin menunjukkan karakter transformatif. Media baru menjadi semacam jawaban tepat untuk revitalisasi kembali ruang publik dan komunikasi politik yang selama ini terkungkung oleh kepentingan para pemilik modal.

## **Internet, Media Baru, dan Komunikasi Politik**

Kehadiran internet telah menjadi elemen utama telah memungkinkannya media baru menjadi salah satu media komunikasi utama saat ini. Flew mengatakan, "*the internet represents the newest, most widely discussed, and perhaps most significant manifestation of new media.*"<sup>6</sup>

Senada dengan Flew, internet juga dianggap sebagai awal dari dimulai era media baru oleh Owen "*The new media environment and the rise of the Internet have had important implications for presidential communication. As the first chief executives of the new media era, President Bill Clinton and George Bush have established an online presence*

<sup>5</sup> Jürgen Habermans, *Ruang Publik: Sebuah Kajian tentang Kategori Masyarakat Borjuis* (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2007), hal.3.

<sup>6</sup> Terry Flew, *New Media: An Introduction*, (Melbourne: Oxford University Press, 2005), hal. 4.

*through the White House website www.whitehouse.gov.*"<sup>7</sup>

Kehadiran internet memang menjadi hal yang fenomenal. Internet tidak sekadar hadir melainkan terus mengalami perkembangan seiring perjalanan waktu. Apabila di masa-masa awal dipergunakan untuk menjelajah berbagai informasi melalui jaringan *world wide web*, tapi di masa kini internet juga dimanfaatkan bagi interaksi sosial melalui berbagai medium bernama media baru.

Pengguna internet dari tahun ke tahun semakin meningkat. Karena itu, penggunaan internet dan media baru oleh para komunikator politik untuk menjangkau sasaran komunikasi mereka juga akan semakin meningkat. Sejak tahun 2010, penggunaan internet dan media baru kemudian menjadi standar praktek politik untuk para aktor politik:

Penggunaan media baru oleh para komunikator politik semakin marak karena dapat menggabungkan teks, audio dan video. Keunggulan lain media baru sebagai sarana komunikasi politik adalah kemampuan dalam memotong jalur media tradisional, menghindari proses *gatekeeping* seperti sensor pemerintah.

Media baru dianggap dapat memberi peluang terjadi partisipasi demokrasi lebih luas dan mendorong bentuk partisipasi baru yang lebih setara. Media baru memberi kesempatan kepada publik untuk berbicara, menerbitkan, merangkai dan mendidik diri mereka sendiri mengenai suatu isu politik tertentu.<sup>8</sup>

Flew mengatakan, "*The idea of new media captures both the development of unique forms of digital media and the remaking of more traditional media forms to adopt and adapt to the new media technologies.*"<sup>9</sup> Dalam hal ini beberapa pakar sepakat istilah media baru digunakan untuk membedakan dari istilah media lama atau media konvensional yang terlebih dahulu ada. Media baru adalah seluruh bentuk media menggabungkan tiga unsur berupa *computing and information, communication network, convergence*.

Media baru memiliki ciri-ciri informasi menjadi mudah dimanipulasi, memiliki jejaring, dan seolah tidak memiliki pemilik. Sebagian kalangan menganggap media baru berbeda dengan media sosial. Media sosial merupakan seluruh bentuk media jejaring di internet dimana memiliki fungsi untuk menciptakan jejaring komunitas virtual, seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube. Dalam kaitan itu, kemudian media sosial dipandang sebagai bagian atau salah satu bentuk dari media baru.

Dalam konteks politik, media baru yang paling sering diaplikasikan selain *homepage* dan surat elektronik (email) adalah bentuk-bentuk media jejaring. Media jejaring atau media sosial ini memiliki ciri politis karena dapat mempersatukan para pengguna secara virtual sebagaimana sebuah organisasi dalam kehidupan nyata.

---

<sup>7</sup> Diana Owen and Richard Davis, "Presidential Communication in the Internet Era" dalam *Presidential Studies Quarterly*, Volume 38, Issues 4 (Center for the Study of the Presidency, December 2008), hal. 660.

<sup>8</sup> Brian McNair, *Pengantar Komunikasi Politik*, (Bandung: Penerbit Nusa Media, 2016), hal.18.

<sup>9</sup> Terry Flew, *New Media: An Introduction*, hal.4.

Bila diletakkan dalam konteks politik dan pemerintahan, internet dan media baru dibutuhkan untuk menjaga keberlangsungan komunikasi politik sekaligus menghubungkan antara elite pemerintahan, elite politik, dan publik. Internet dan media baru juga digunakan untuk mentransmisikan pesan dari elite kepada publik serta juga dari publik kepada elite politik.

Politik merupakan salah satu bidang kehidupan yang paling membutuhkan publisitas. Hal ini yang membuat kehadiran internet dan media baru menjadi sesuatu sangat penting dan paling sering digunakan dalam mempromosikan seorang tokoh politik atau juga partai politik. Mereka menggunakan internet dan media baru secara paralel dengan media tradisional atau media konvensional. Tokoh politik atau partai politik akan memanfaatkan seluruh kanal media yang dianggap potensial dalam meningkatkan popularitas citra diri mereka.

Dari sinilah kemudian muncul istilah komunikasi politik. Komunikasi politik mencakup penggunaan media oleh tokoh politik, pemerintah, dan partai politik guna mendapat dukungan saat pemilihan umum atau juga di luar pemilihan umum.<sup>10</sup>

Senada dengan itu, McNair juga memberikan penjelasan mengenai komunikasi politik. Ia mendefinisikan komunikasi politik sebagai komunikasi yang bertujuan politik yang mencakup: (1) Segala bentuk komunikasi yang dilakukan oleh politisi dan pelaku politik lain guna mencapai tujuan tertentu; (2) Komunikasi ditujukan kepada para pelaku ini oleh kalangan non politisi semisal pemilih dan kolumnis surat kabar, dan (3) Komunikasi tentang para pelaku ini beserta kegiatan mereka, seperti dimuat dalam berita, editorial dan bentuk lain pembahasan politik di media.<sup>11</sup>

Salah satu tokoh politik global yang dipandang sukses dalam memanfaatkan kehadiran internet dan media baru bagi peningkatan popularitas citra diri mereka adalah Barack Obama. Hendricks and Denton Jr<sup>12</sup> mengungkapkan, situs Obama mengorganisasi lebih dari 150.000 kegiatan, menciptakan lebih dari 35.000 kelompok, memiliki lebih dari 1.500.000 akun dan mendapatkan lebih dari US\$ 600 juta dari tiga juta donor. Selain itu, juga menggunakan YouTube untuk iklan gratis, mengirim alamat iklan tersebut kepada para pendukung dan meminta kepada pendukung untuk meneruskan iklan tersebut kepada teman dan keluarga mereka. Akun Facebook Obama memiliki 3.176.886 pendukung dan lewat situs MySpace miliknya kala itu. Obama memperoleh 987.923 orang teman. Kemudian juga menggunakan *text messaging* untuk berhubungan dengan pemilih muda dan mengirim email sebagai *counter-attack*. Internet juga digunakan untuk melakukan cek terhadap fakta-fakta informasi, *counter attack*, memperkuat koneksi kepada pendukung, dan selalu siap dapat dihubungi selama 24 jam setiap hari.

<sup>10</sup> Saqib Riaz, "Effects of New Media Technologies on Political Communication", *Journal of Political Studies*, Volume 1, Issues 2 (Lahore: Universit of Punjab, 2012), hal. 162.

<sup>11</sup> Brian McNair, *Pengantar Komunikasi Politik*, (Bandung: Penerbit Nusa Media, 2016), hal. 4

<sup>12</sup> John Allen Hendricks and Robert Denton Jr (ed), *Communicator-in-Chief: How Barack Obama Used New media Technolog to Win the White House*, (Maryland: Lexington Books, 2017), hal. xii.

## Youtube dan Panggung Komunikasi Politik

Menurut Brian McNair<sup>13</sup> kehadiran internet dan media baru telah memberikan kesempatan bagi partisipasi publik dalam perdebatan politik, misalnya melalui blog dan 'jurnalisme warga'. Media seperti YouTube memungkinkan kelompok-kelompok politik untuk membuat pernyataan yang bisa tersiar secara global. Melalui media baru berjenis *user generated content*, merupakan media dengan konten yang diciptakan oleh sang pengguna media baru. YouTube merupakan salah satu media baru berjenis itu. Para pengguna YouTube dapat secara bebas melihat, mengunggah dan membagi-bagikan video, termasuk video-video yang dibuat sendiri oleh sang pengguna bersangkutan.

YouTube secara gratis dan terbuka memberikan ruang bagi hal itu, baik pengguna yang telah memiliki akun maupun pengguna yang belum memiliki akun di YouTube. Pengguna YouTube dapat menonton konten, memberikan *rating* apakah suka atau tidak suka, meninggalkan komentar hingga menonton video yang telah diunggah selama beberapa kali. Kekuatan YouTube sebagai media baru telah menginfiltrasi seluruh entitas sosial, politik, dan ekonomi. Komunikator politik pun terdorong untuk memanfaatkan potensi dari YouTube ini. Kesuksesan dalam melakukan komunikasi politik dengan menggunakan Youtube terlihat dalam kesuksesan Obama dalam menggalang dukungan pada pemilu di Amerika Serikat tahun 2008.

Langkah Obama itu, kemudian ditiru oleh berbagai politisi di belahan lain dunia, tidak terkecuali di Indonesia. Salah satu penggunaan internet dan *social network* dalam kompetisi politik di Indonesia paling awal terjadi adalah saat pemilihan kepala daerah (pilkada) DKI Jakarta tahun 2012. Pasangan calon gubernur dan wakil gubernur Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) sukses menggulingkan petahana Fauzi Bowo antara lain dikarenakan sukses memanfaatkan YouTube sebagai sarana komunikasi politik mereka dengan para pendukung dan juga pemilih lebih luas.

Maraknya penggunaan YouTube sebagai media komunikasi politik menunjukkan YouTube tidak dapat diabaikan karena telah mampu menjangkau seluruh lapisan mulai dari individu, organisasi, dan politisi. Meskipun interaksi yang ditawarkan tidak seramai media sosial lain, seperti seperti Twitter, tetapi penggunaan YouTube terbukti cukup efektif menjadi salah satu media dalam mendongkrak popularitas citra diri komunikator politik. Melalui YouTube dapat dilakukan diseminasi berbagai informasi penting dengan cara-cara yang lebih personal atau dialogis dalam merespons berbagai keingintahuan publik dibandingkan melalui sebaran rilis media.

YouTube pun menjadi salah satu platform media sosial yang menjadi ladang penghasilan dan pekerjaan baru. Tak hanya bagi kalangan selebriti yang namanya sudah tenar, tapi juga bagi para politisi. Sejumlah politisi yang ikut menjadi

---

<sup>13</sup> Brian McNair, *Pengantar Komunikasi Politik*, hal. 19.

Youtuber (pembuat konten) di YouTube, antara lain: **1). Mantan Gubernur Daerah Khusus Ibu Kota (DKI) Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama atau Ahok** ternyata memiliki juga memiliki kanal YouTube bernama Panggil Saya BTP. Ahok pertama kali membuat video YouTube pada 25 Januari 2019, saat bebas dari penjara. Saat ini jumlah pengikutnya sudah mencapai 1,01 juta dengan 28 video, **2). Rocky Gerung**, Rocky aktif mengunggah video di YouTube sejak 14 September 2019, hingga kini sudah 122 video dan sudah mencapai 218 ribu pengikut. **3). Ruhut Sitompul**, politisi senior, dengan jumlah pengikut mencapai 322 ribu. **4). Fahri Hamzah**, mantan wakil ketua Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI) periode 2014–2019, merupakan salah satu politisi yang rajin membuat konten video untuk kanal YouTube. Kini, pengikutnya sudah mencapai 118 ribu lebih dengan lebih dari 500 video yang telah diunggah. **5). Faldo Maldini** merupakan politisi muda yang memiliki kanal YouTube sejak 25 April 2016 lalu. Kini, jumlah pengikutnya mencapai lebih dari 28,4 ribu. **6). Tsamara Amany**, Ketua DPP Partai Solidaritas Indonesia, juga gemar membuat konten video YouTube. Hingga kini jumlah pengikutnya sudah mencapai lebih dari 11,4 ribu. **7). Sandiaga Uno**, Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia yang juga politisi dari Partai Gerindra, juga memiliki kanal YouTube. Sandiaga mengunggah video di akun YouTube-nya pertama kali, pada 13 Oktober 2016 lalu dan kini telah memiliki pengikut sudah mencapai lebih dari 227 ribu.<sup>14</sup>

Selain nama-nama politisi di atas, saat ini mulai banyak dijumpai para politisi yang menggunakan kanal YouTube sebagai medium bagi mereka untuk berkomunikasi dengan publik, seperti misalnya kanal Youtube Bamsuet Channel yang dimiliki oleh Ketua MPR, Bambang Soesatyo kerap membahas isu-isu aktual yang tengah mendapatkan perhatian luas di masyarakat dan membagikan aktivitas kesehariannya dengan mengajak kolaborasi sejumlah *public figure* dari kalangan artis ternama, seperti Raffi Ahmad, Atta Halilintar (Youtuber), Ari Lasso (musisi) dan nama-nama lainnya.

Para komunikator politik ini berbagi informasi penting dengan cara-cara personal atau dialogis dalam merespons berbagai keingintahuan publik dengan memanfaatkan kanal YouTube yang kontennya sepenuhnya dikendalikan mereka sebagai pembuat konten. YouTube juga ramai digunakan oleh para komunikator politik untuk mengunggah video-video berisi *statement* atau sikap-sikap politik terhadap suatu isu aktual. Tak jarang YouTube juga digunakan sebagai medium komunikator politik untuk melakukan klarifikasi ketika mereka merasa memperoleh pemberitaan-pemberitaan negatif dari media massa arus utama (*mainstream*).

Meski tidak memiliki akun khusus di kanal YouTube untuk membagikan aktivitas harian atau membahas isu-isu aktual, seperti yang dilakukan politisi lain, Ketua DPR, Puan Maharani juga terlihat memanfaatkan kanal YouTube, saat terjadinya


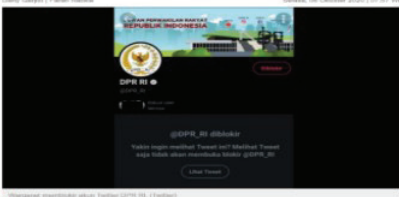
<sup>14</sup> Miftahul Arifin, Selain Sandiaga Uno, 7 Politisi Ini Juga Terjun Jadi Youtuber  
<https://www.merdeka.com/jabar/selain-sandiaga-uno-7-politisi-ini-juga-terjun-jadi-youtuber>  
(diakses April 2021)





pemberitaan yang kurang menyenangkan terkait dirinya di berbagai media arus utama yang ramai memberitakan peristiwa dimatikannya mikrofon pada saat Rapat Sidang Paripurna DPR pada 5 Oktober 2020 lalu.

Pemberitaan dengan tone negatif di media, berawal saat Ketua DPR Puan Maharani mematikan mikrofon anggota DPR Fraksi Demokrat Irwan Fenchu saat melakukan interupsi pada Sidang Paripurna DPR dengan agenda pengesahan Undang-Undang Cipta Kerja yang banyak mendapatkan penolakan luas di masyarakat. Gestur Puan yang terlihat mematikan mikrofon yang terekam dalam sebuah video kemudian menjadi viral di media sosial dan diangkat dalam berbagai pemberitaan media. Dalam kurun waktu sejak tanggal 5 sampai dengan 11 Oktober 2020, pemberitaan di media massa dan online didominasi oleh pembahasan seputar Undang-Undang Cipta Kerja (*Omnibus Law*). Gelombang aksi demo muncul baik di Jakarta dan meluas ke daerah-daerah. Serangan tidak hanya diarahkan pada pemerintah, namun juga menyoal DPR RI. Media online dan media cetak menjadi platform dengan penyebaran informasi paling masif. Pada platform media online, sebaran isu utama membahas seputar insiden mikrofon mati di rapat RUU Cipta Kerja yang melibatkan Puan Maharani. Sejumlah framing negatif pada pemberitaan diarahkan pada Ketua DPR RI Puan Maharani yang dianggap sebagai aktor kunci yang berperan dalam pengesahan UU Cipta Kerja, dengan narasi yang selalu diangkat adalah peristiwa mematikan mikrofon anggota dewan pada saat persidangan.

Ketua DPR RI Puan Maharani dituding sengaja mematikan mikrofon saat memimpin rapat pembahasan RUU Cipta Kerja. Imbas kejadian tersebut, kritik ramai dilayangkan oleh media dan masyarakat untuk Puan Maharani. Para pimpinan DPR menilai bahwa mikrofon tersebut mati secara otomatis karena sudah melewati batas waktu yang diberikan untuk berbicara. Tak kurang pimpinan DPR lainnya, yakni wakil ketua DPR, Aziz Syamsudin turun tangan mengatasi pemberitaan media yang mengkritik DPR. Tak hanya itu, Sekretaris Jenderal DPR RI, Indra Iskandar juga turut menjelaskan kepada media melalui sebuah konferensi pers tak lama setelah peristiwa itu terjadi dengan menjelaskan bahwa tindakan Puan selaku pimpinan DPR hanya sebatas menjalankan tugas menjaga ketertiban peserta rapat saat menyampaikan pendapat. Sebagai pimpinan, menurut Indra, Puan memiliki hak mengatur lalu lintas interupsi di dalam rapat yang tengah berlangsung.

NO	Media	Pemberitaan
1.	<p>Okezone.com</p> <p>Judul:                      Bisiki Puan Matikan Mikrofon, Ini Dalih Wakil Ketua DPR Azis Syamsudin)</p>	<p><b>Bisiki Puan Matikan Mikrofon, Ini Dalih Wakil Ketua DPR Azis Syamsudin</b></p> <p>Jurnalis - Kiswondari</p>  <p><b>JAKARTA</b> – Wakil Ketua DPR Koordinator Politik dan Keamanan (Korpoikam) Azis Syamsudin, yang juga merupakan Pimpinan Sidang Paripurna dalam pengesahan Rancangan Undang-Undang Omnibus Law tentang Cipta Kerja (RUU Ciptaker) mengaku bahwa dirinya membisikkan sesuatu kepada Ketua DPR Puan Maharani sesaat sebelum mikrofon anggota Fraksi Partai Demokrat (FPD) mati.</p>
2.	<p>Suara.com</p> <p>Judul:                      Kecewa RUU Cipta Kerja Disahkan, Warganet Ramai Blokir Akun DPR RI)</p>	<p><b>Kecewa RUU Cipta Kerja Disahkan, Warganet Ramai Blokir Akun DPR RI</b></p>  <p><b>Suara.com</b> - DPR mengesahkan RUU Cipta Kerja menjadi Undang-Undang. Gelombang protes pun muncul dari berbagai lini masyarakat. Di sosial media, warganet ramai-ramai memblokir akun resmi <b>Twitter</b> dan <b>Instagram</b> milik <b>DPR RI</b>.</p> <p>Bukan saja memblokir akun, warganet juga membentangi kolom komentar setiap unggahan sosial media DPR RI dengan berbagai pernyataan protes terkait pengesahan RUU Cipta Kerja.</p> <p>"Yang punya akun baik IG or Twitter, ayo report ramai-ramai akun-akun DPR, @okowi @ainunnggah_rtr @KawanLEP Puan Maharani, partai-partai yang mendukung pengesahan Omnibus Law" ajak akun Twitter @kasiwang****.</p> <p>Publik jagat maya lintas berbondong-bondong mengunggah foto tangkapan layar yang menunjukkan bahwa mereka telah memblokir akun resmi DPR RI.</p> <p>Di <b>Instagram</b>, aksi memblokir akun DPR RI juga tak kalah ramai. Mereka bahkan mengeluarkan unek-unek mereka di kolom komentar.</p> <p>"Gue report atas penjuan rakyat," tulis akun @brianama***** membeberken alasannya memblokir akun DPR RI.</p> <p>"Mesih mendung gue beban keluarga, lah lu DPR beban rakyat satu Indonesia," tulis @br1n*****.</p>

<p>3.</p>	<p><b>Viva.co.id</b></p> <p>Judul:</p> <p>Momen Ketua DPR Matikan Mikروفon Anggota yang Protes RUU Cipta Kerja.</p>	 <p><b>Momen Ketua DPR Matikan Mikروفon Anggota yang Protes RUU Cipta Kerja</b>          Sabtu, 8 Oktober 2020   22:01 WIB          Oleh: <a href="#">Dhany Mahli</a>, <a href="#">Ambar Kadir</a></p> <p>Ketua DPR Puan Maharani mengemukakan posisi tegasnya dalam sidang Badan Legislasi DPR/DPRD di Ruang Rapat Paripurna Kompleks Parlemen, Jakarta, Jumat (7/10/2020).</p> <p><b>SHARE</b></p> <p>Wakil Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) RI telah mengesahkan Rancangan Undang-Undang tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang Cipta Kerja. Dalam rapat paripurna pengesahan RUU Cipta Kerja tersebut diwarnai sejumlah kejadian menarik.</p> <p><b>Baca Juga: Komite Pemulihan Ekonomi Ungkap Kibukukuh RI Punya 0% Ciptaker</b></p> <p>Sejak selaku ketua Ketua DPR RI, Puan Maharani, memulihkan mobilisasi saat krisis ekonomi anggota DPR RI, Inven, dan Partai Panas Demokrasi berkolaborasi. Kegiatan bermula saat Inven menyampaikan pandangannya terhadap RUU Cipta Kerja ini.</p>  <p>Undangundung ini bertujuan memperbaiki kerusakan lingkungan dan menghilangkan ketidakadilan-ketidakadilan kami di daerah, menghilangkan hak-hak rakyat kecil," kata Inven.</p> <p>Saat Inven berbicara, terlihat Pimpinan Sidang Asia Syamuddin berdialog dengan Ketua DPR Puan Maharani. Saat mereka berdialog, suara Inven mulai terdengar di ruang sidang, namun setelah itu Puan teriak memarahi Inven untuk membatalkan mobilisasi, suara Inven langsung tak terdengar.</p> <p>"Kalau mau dihangat roling," kata Inven yang saat itu terpuja karena mikrofonnya telah dimatikan.</p>
<p>4.</p>	<p><b>CNNIndonesia.com</b></p> <p>Judul:</p> <p>DPR Sahkan Omnibus Law Ciptaker, Mosi Tidak Percaya Menggema.</p>	<p>Home &gt; Teknologi &gt; Berita Internet</p> <p><b>DPR Sahkan Omnibus Law Ciptaker, Mosi Tidak Percaya Menggema</b>          CNN Indonesia   Senin, 05/09/2020 22:25 WIB</p> <p>Bagikan</p>  <p>Ributasi Omnibus Law Cipta Kerja. (CNN Indonesia/Anshy Novawati)</p> <p>Jakarta, CNN Indonesia – Dewan Perwakilan Rakyat secara resmi mengesahkan <b>Omnibus Law</b> Rancangan Undang-Undang (RUU) Cipta Kerja (<b>Ciptaker</b>) menjadi Undang-Undang dalam Rapat Paripurna DPR RI di Kompleks DPR, Jakarta, Senin (05/09).</p> <p>Fraksi-fraksi yang setuju adalah PKS Perjuangan, Golkar, Gerindra, NasDem, PDI, PPP, dan PAN. Hanya Fraksi Partai Demokrat dan PKS yang menolak pengesahan RUU Ciptaker.</p> <p>Keputusan itu pun menimbulkan reaksi dari pengguna media sosial Twitter. Sejumlah pengguna pun menggunakan tagar #MosiTidakPercaya dalam mengkritik pengesahan RUU Ciptaker, menjadi 0,1 tagar Most Tidak Percaya ke-tertinggi menjadi tagar terpopuler di Twitter Indonesia.</p>

**Table 1.**  
**Kilas Berita dengan Tone Negatif Terkait Citra DPR dan Ketua DPR**

Lama tak bersuara kepada media untuk memberikan klarifikasi atas peristiwa dimatikannya mikروفon itu, sebulan berselang, pada tanggal 12 November 2020, Puan Maharani tiba-tiba muncul di kanal YouTube Boy William dalam sebuah perbincangan santai. Tak hanya berbincang-bincang soal kesehariannya sebagai

Ketua DPR dan politisi, dalam perbincangan itu, Puan turut mengklarifikasi peristiwa saat dirinya mematikan mikrofon.

Video ngobrol santai antara Ketua DPR RI Puan Maharani dan YouTuber Boy William mengenai kejadian mematikan mikrofon saat sidang paripurna DPR RI dengan agenda pengesahan Undang-Undang Cipta Kerja pada 5 Oktober 2020 lalu merupakan salah satu contoh penggunaan YouTube oleh komunikator politik dalam memberikan klarifikasi atas pemberitaan negatif terhadap diri mereka.

Klarifikasi dimulai saat Boy William bertanya soal persidangan penetapan UU Cipta Kerja, dan menanyakan kepada Puan Maharani soal peristiwa dimatikannya mikrofon saat persidangan.

*"Bu Ketua DPR, aku punya pertanyaan, itu kenapa kemarin..kasus mic tiba-tiba bisa mati, kenapa bisa mati sih, Bu?."* (Pertanyaan Boy William, menit ke -5).

Mendapat pertanyaan Boy William saat itu, Ketua DPR Puan Maharani menjawab:

*"DPR itu punya aturan tata tertib, bahwa semua anggota DPR punya hak untuk bicara. Pimpinan DPR itu ada 5 dan yang memimpin sidang itu dilakukan berdasarkan kesepakatan pada rapat pimpinan. Posisi duduknya, Ketua DPR di tengah dan wakil-wakilnya duduk di sebelah kanan dan kiri. Untuk menjaga persidangan berjalan baik dan lancar pemimpin sidang harus mengatur jalannya persidangan.*

*Jadi kalau satu orang sudah diberi kesempatan berbicara, harusnya ia memberi kesempatan kepada yang lainnya untuk berbicara. Dan kalau di-floor lagi bicara di atas itu gak bisa ngomong karena otomatis. Jadi kalau mic ini bunyi, mic ini bunyi, Cuma satu yang bisa ngomong, ini (mikrofon yang lainnya) kedip-kedip terus.*

*Waktu itu karena ada anggota yang mau ngomong terus, tentu saja sebagai pimpinan sidang, harus mengatur pembicaraan, agar semuanya punya waktu untuk bisa bicara. Kebetulan teknisnya, siapa yang bisa ngatur bicara hanya yang ada di meja depan di tengah. Saat kejadian itu kebetulan pemimpin sidangnya adalah yang berada di sebelah saya. Tapi karena saat yang bersangkutan mau bicara gak bisa bicara, karena mikrofonnya mati, makanya pimpinan sidang meminta saya untuk mengatur jalannya persidangan, agar dia bisa berbicara. Dia meminta saya, bisa gak mic-nya dimatiin. Itu bukannya disengaja, tapi agar persidangan berjalan baik dan lancar."* (Klarifikasi Puan Maharani, menit 05 - 07.13)

Klarifikasi yang diberikan Puan Maharani setelah lama tak memberikan pernyataan apapun melalui media terkait peristiwa dimatikannya mikrofon pada Sidang Paripurna DPR saat Pengesahan Undang-Undang Cipta Kerja, lantas membuat pemberitaan yang sebelumnya bertendensi negatif terhadap citra DPR dan Ketua DPR, berubah secara signifikan menjadi pemberitaan media yang bertendensi positif. Wawancara antara Boy William dan Puan Maharani ini juga diangkat oleh beberapa media massa cetak dan online utama seperti Kompas, CNN Indonesia, Tempo, dan Detik.

Sementara dari keseluruhan komentar yang ditinggalkan di kanal YouTube Boy William, meski cukup beragam, namun mayoritas didominasi dengan komentar dan ekspresi dengan nada positif terhadap wawancara tersebut.

Berpijak dari elaborasi di atas, maka tulisan ini bermaksud untuk mengkaji dan mendiskripsikan penggunaan YouTube oleh komunikator politik di Indonesia dalam melakukan klarifikasi terhadap suatu polemik atau kontroversi muncul di ruang publik. Adapun rumusan permasalahan tulisan ini adalah **Bagaimana Penggunaan YouTube oleh Komunikator Politik sebagai Media Klarifikasi Pemberitaan Negatif Media Massa Arus Utama?**

## Metode Penelitian

Studi kasus dengan pendekatan kualitatif deskriptif digunakan untuk melakukan deskripsi dari proses komunikasi politik melalui penggunaan YouTube oleh komunikator politik untuk melakukan klarifikasi pemberitaan negatif dari media massa arus utama. Pengumpulan data dilakukan melalui YouTube dengan memilih sebuah video yang relevan dengan rumusan permasalahan penelitian.

Kriteria yang digunakan sebagai dasar dalam memilih video itu adalah video harus berisi klarifikasi atas pemberitaan negatif berhubungan dengan Ketua DPR RI Puan Maharani selaku komunikator politik, terutama terkait kejadian mematikan mikrofon pada sidang paripurna DPR RI dengan agenda pengesahan Undang-Undang Cipta Kerja pada 5 Oktober 2020.

Berdasarkan kriteria itu dipilih satu video sebagai contoh studi kasus bagi penelitian ini. Yaitu sebuah video di YouTube pada 12 November 2020 **"EXCLUSIVE! PUAN MAHARANI KAGET DITANYA INI SAMA BOY WILLIAM!"** di YouTube. Video itu diunggah oleh Boy William di YouTube channel BW miliknya.

## Hasil Penelitian

Boy William dikenal sebagai seorang pegiat media sosial dan YouTuber yang memiliki pengikut (*follower*) cukup besar. Di kanal Instagram ia memiliki pengikut lebih dari 3,1 juta orang. Sedangkan channel YouTube miliknya, ia memiliki pengikut (*subscribers*) lebih dari 3,8 juta orang. Sebagai seorang *public figure* dan *youtuber*, Boy William memiliki karakter personal positif dengan kemampuan *public speaking* yang mumpuni. Ia mampu menjadikan berbagai wawancara dengan tokoh-tokoh penting di pemerintahan atau juga topik-topik serius, dengan format yang sangat santai.

Hal itu membuat wawancara Boy William dengan berbagai narasumber menjadi menarik untuk diikuti dan mudah untuk dipahami sehingga mampu diterima oleh berbagai kalangan, terutama kalangan milenial. Beberapa tokoh politik penting sebelum Puan Maharani yang pernah diwawancarainya antara lain: Presiden RI, Joko Widodo, dan Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Pranowo.


Kegiatan wawancara ngobrol santai dilakukan secara mendalam, dan kekuatan *interpersonal* seorang Boy William sebagai pewawancara.

## YouTube sebagai Media Klarifikasi Pemberitaan

Video “EXCLUSIVE! PUAN MAHARANI KAGET DITANYA INI SAMA BOY WILLIAM!” berisi kegiatan wawancara ngobrol santai antara Boy William dan Puan Maharani mengenai berbagai hal terkait kiprahnya sebagai politisi Partai Demokrasi Indonesia (PDI) Perjuangan maupun sebagai Ketua DPR RI, termasuk kejadian mematikan mikrofon pada Sidang Paripurna DPR RI saat agenda pengesahan Undang-Undang Cipta Kerja pada 5 Oktober 2020.

Alur wawancara dimulai saat Puan Maharani menerima kedatangan Boy William di ruang kerjanya dan mengajak untuk berkeliling dari satu ruang persidangan ke ruang persidangan lainnya yang ada di Gedung DPR. Dalam video berdurasi berdurasi 14 menit dan 24 detik tersebut, selain bercerita mengenai pengalaman dan kiprah politik yang ia jalani, sebagai Ketua DPR, Puan Maharani juga menceritakan sejumlah hal yang bersifat personal seperti alasannya terjun ke dunia politik. Momen penting dan krusial pada video ini terjadi pada saat Puan memberikan klarifikasi mengapa ia mematikan mikrofon saat politisi Partai Demokrat, Irwan Fencho, melakukan interupsi saat Sidang Paripurna DPR RI dengan agenda pengesahan Undang-Undang Cipta Kerja.

Hingga penelitian ini ditulis, perolehan penonton pada konten ini, secara umum disajikan pada tabel berikut:

Kanal	Dokumentasi
Youtube	 <p><b>Views: 4.126.477</b></p> <p><b>Likes: 240.000</b></p> <p><b>Komentar: 26.665</b></p>

**Instagram  
(Feed)**



**Views: 2.448.124**

**Komentar: 4,868**


**Instagram  
(Story)**




**Tabel 2.**  
**Kilas Penayangan YouTube dan Instagram Boy William**

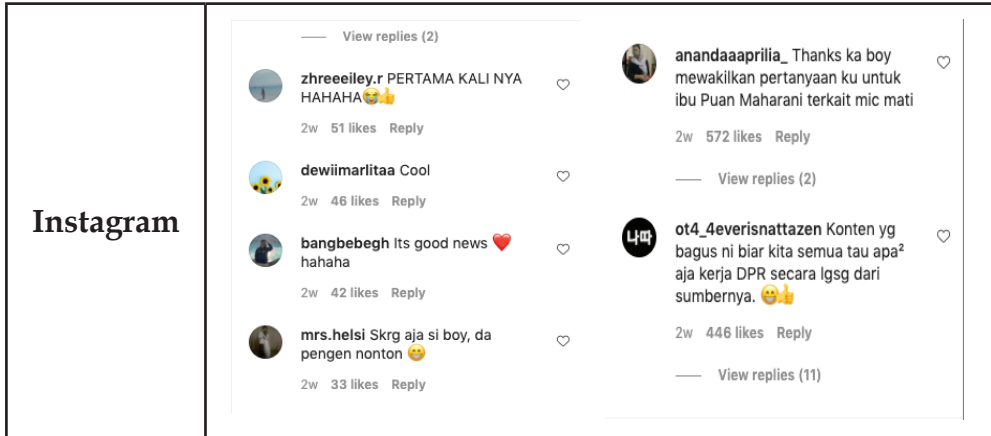
Media	Dokumentasi
Kompas	 <p>The screenshot shows a news article on the Kompas website. The headline reads: "Heboh Insiden Matikan Mikrofon, Puan Maharani Ungkap Alasannya Kepada Boy William". The article is dated 12/11/2020 at 18:31 WIB. The main image shows Puan Maharani speaking at a podium. The article text is partially visible, starting with "Puan Maharani mengungkapkan alasan mengapa dia mematikan mikrofon Boy William saat dia berbicara di depan umum." There are social media sharing icons for Facebook and Twitter, and a "BAGIKAN" button.</p>
Tempo	 <p>The screenshot shows a news article on the Tempo website. The headline reads: "Blak-blakan Puan Maharani Beri Alasan Matikan Mikrofon". The article is dated 12 Februari 2020 at 16:58 WIB. The main image shows Puan Maharani speaking at a podium. The article text is partially visible, starting with "Puan Maharani blak-blakan mengungkapkan alasan mengapa dia mematikan mikrofon Boy William saat dia berbicara di depan umum." There are social media sharing icons for Facebook, Twitter, and WhatsApp, and a "SELESAIKAN" button.</p>
CNN	 <p>The screenshot shows a news article on the CNN website. The headline reads: "Puan Akui Matikan Mik Politikus Demokrat di Rapur Omnibus Law". The article is dated 13/11/2020 at 07:30 WIB. The main image shows Puan Maharani speaking at a podium. The article text is partially visible, starting with "Puan Maharani mengakui alasan mengapa dia mematikan mikrofon Boy William saat dia berbicara di depan umum." There are social media sharing icons for Facebook and Twitter, and a "CNN TV" logo.</p>



<p>Detik</p>	
--------------	--

Tabel 3.  
 Kilas Pemberitaan di Media Pasca Wawancara YouTube Boy William

Kanal	Dokumentasi
<p>Youtube</p>	



**Tabel 4.**  
**Kilas Komentar Penonton pada Instagram dan YouTube Boy William**

Keseluruhan komentar ditinggalkan di kanal YouTube cukup beragam. Tidak sedikit penonton yang mengungkapkan ekspresi dengan nada positif terhadap video wawancara tersebut, seperti komentar di bawah ini:

NO.	NAMA AKUN	KOMENTAR
1.	@Anisanisa	<i>"Yang penting tanda tanya tentang mic kenapa dimatiin terjawab dan baru tahu ternyata kalau satu orang berbicara orang lain gak dapat bicara."</i>
2.	@ali privasi	<i>Speechless ama lo boy, konsep, kontent, cool abiss, keren parah!! dan gw jd berandai2, kalo saja sistem demokrasi dilakukan dgn cara dialog spt ini, penyampaian aspirasi serta penerimaan aspirasi dgn cara2 spt ini.. pasti indonesia ademmm.</i>

3.	<b>@Maria Tompul</b>	<p><i>Salut buat boy. Keren pokoknya. Ini bu puan yg ngundang ato boy yg hub bu puan dluan?</i></p> <p><i>Tpi yg pasti ini video dibuat tujuannya baik. Jadi tau dlmnya gimna. Semoga Siapapun yg kerja di DPR dpt kerja sesuai tanggung jwbnya msing. Memang untuk keperluan rakyat.</i></p> <p><i>Sekalian boy ketua mpr, ketua kpk juga.</i></p>
4.	<b>@Bramantyo Rinadhi</b>	<p><i>Sering2 bikin konten dengan tokoh2 negara ya.</i></p> <p><i>Krn Selama ini kita melihat sedang dalam situasi berkerja atau berdebat di acara televisi.</i></p> <p><i>Dengan sering nya dibuat konten seperti ini, kita bisa merasa lebih mengenal dan bisa melihat sisi baik dari para tokoh2 negara.</i></p>
5.	<b>@amaraaa</b>	<p><i>Bu puan enak banget kalo diajak ngobrol. jujur aku takut liat bu puan, tp setelah liat ini kayak ... berubah pandangan. Ntahlah</i></p>



2.	<b>@amcu</b>	<p>Namanya sistem digital, anggota DPR bisa menyampaikan pendapatnya melalui interupsi selama 5 menit ..otomatis mic akan mati sendiri..kecuali kita tidak mau ikutin aturan lalu di tahan terus tombol nya ..maka yg lain tidak dapat interupsi</p> <p>@Anisa nisa tu gk logika lah, mic di gedung dpr dibuat sedemikian rupa kyk gtu padahal kan sudah pasti mereka tau akan ada perdebatan klau udh yg namanya negosiasi, mic di gedung dpr dipakai secara bergantian?</p>
3.	<b>@Kevinda Anugrah</b>	<p>Lah katanya pak Aziz di CNN mic nya mati sendiri karena sudah melewati waktu 5 menit?</p>
4.	<b>@Kim Hermioneee</b>	<p>Gue walaupun kesel sm DPR dan jajarannya, tp gue ttp mikir keputusan apapun dr pemerintah ga ada yg bener diterima dengan baik bulat2 sm rakyat. Apalagi sistem demokrasi kaya Indonesia yg harus terbuka dan tentunya resiko penolakan lebih besar. Pengambilan keputusan pasti ada pihak yg dirugikan dan jg diuntungkan. Gue yakin 500 org itu bukan org bodoh cm... mereka udah ga dapet lagi tempat di hati para rakyat. Karena terlihat jarang berpihak ke rakyat.</p>
5.	<b>@Wooble Trajectory</b>	<p>Percayalah, konten ini hanya untuk mengembalikan reputasi DPR yang telah sangat hancur di masyarakat.</p>

**Tabel 6.**  
**Kilas Komentar Negatif Pada Kanal YouTube Boy William**

Secara umum wawancara Ketua DPR Puan Maharani oleh Boy William melalui kanal YouTube memperoleh capaian sebagai berikut:

1. Di kanal YouTube Boy William video wawancara yang dilakukan dengan Ibu Puan Maharani mendapatkan jumlah penonton sebesar 4.126.477 views dan mendapatkan komentar 26.220 (April 2021)
2. Video wawancara di kanal YouTube Boy William memperoleh likes sebesar 240 ribu dan dislikes 19 ribu (April 2021)
3. Video yang ditayangkan pada 12 November 2020 ini menduduki trending #3 di YouTube pada bulan November 2020.
4. Boy William membagikan *teaser* sebelum penayangan video di akun Instagramnya. Video ini memperoleh 2,448.124 views, dan 4,868 komentar (April 2021).
5. Kegiatan wawancara ngobrol santai antara Boy William dan Puan Maharani juga diberitakan oleh beberapa media massa cetak dan online seperti Kompas, CNN Indonesia, Tempo, dan Detik.

Dari rangkuman berbagai kilas komentar dan respon di berbagai media sosial yang dipantau, terlihat bahwa mayoritas penonton menyambut positif video wawancara YouTube antara Boy William dan Ketua DPR Puan Maharani. Perbandingan secara umum dari penonton yang menyukai konten dibanding dengan yang tidak menyukai konten adalah 93.66% menyukai, dan 6.33% tidak menyukai konten video.

Sementara dari sisi jumlah komentar mayoritas bernada positif, dimana kebanyakan penonton merasa senang karena akhirnya ada *content creator* yang dianggap mewakili masyarakat secara umum bisa masuk ke gedung DPR, sementara selama ini gedung lembaga tinggi ini terkesan tertutup dan eksklusif

Di sini dapat dilihat bahwa masyarakat merasa mendapatkan informasi yang berimbang dari kejadian mikrofon yang dimatikan saat pengesahan Undang-Undang Cipta Kerja pada 5 Oktober 2021, dimana kejadian tersebut sempat menimbulkan kontroversi dan hujatan terhadap citra Lembaga DPR dan Ketua DPR Puan Maharani.

Video ini secara tidak langsung mencoba membangun kesan lembaga DPR yang lebih terbuka, transparan, dan humanis dimana hal tersebut diwakili oleh wawancara bersama Ketua DPR dalam nuansa santai, sederhana, hangat dan tetap informatif dengan perwakilan generasi milenial yang diwakili YouTuber, Boy William yang memiliki pengaruh luas di publik dalam membangun opini positif terhadap citra Lembaga DPR dan Ketua DPR Puan Maharani sebagai komunikator politik.

## Penutup

Dari penelitian terhadap video berjudul **“Exclusive! Puan Maharani Kaget Ditanya ini sama Boy William!”** terlihat bagaimana seorang komunikator politik bernama Puan Maharani memilih YouTube sebagai media untuk melakukan

klarifikasi saat dirinya memperoleh pemberitaan negatif dari media massa arus utama.

Bagi para komunikator politik media sangat diperlukan agar pesan sampai kepada target audiens mereka. Kegiatan-kegiatan dilakukan atau juga pesan-pesan disampaikan komunikator politik memiliki potensi sebagai sebuah komunikasi efektif apabila dilaporkan dan diterima sebagai pesan oleh khalayak. Karena itu, semua komunikator politik harus mendapatkan akses memadai terhadap media untuk memastikan kegiatan dilakukan atau pesan disampaikan telah diterima dengan baik oleh publik.

Media arus utama tentu saja tidak dengan sederhana memberitakan secara netral maupun tidak memihak terhadap hal apa pun terjadi di panggung politik sekitar mereka, karena tidak dapat dipungkiri di sana terdapat subjektifitas dan bias kepentingan media.

Salah satu keuntungan dari penggunaan YouTube dalam menjangkau sasaran pesan adalah komunikator politik selaku pihak pengirim pesan lebih dapat memiliki kontrol memastikan pesan ia sampaikan akan dapat tersampaikan secara utuh. Selain itu, seorang komunikator politik juga dapat mengetahui secara langsung efek dari komunikasi telah ia lakukan terhadap komunikan mereka. Dari umpan balik diberikan oleh komunikan mereka akan mengetahui dan dapat menganalisa sendiri apakah pesan disampaikan tepat sasaran atau tidak tepat sasaran serta juga apakah reaksi komunikan sesuai diinginkan.

Bagi Puan Maharani, ia memerlukan eksistensi media untuk melakukan pembelaan terhadap pemberitaan negatif mengenai dia sebagai Ketua DPR RI terkait dengan kejadian mematikan mikrofon dalam sidang paripurna DPR RI saat agenda pengesahan Undang-Undang Cipta Kerja pada 5 Oktober 2020. Ia harus memastikan pesan yang disampaikan akan dapat diterima dengan baik oleh publik. Media arus utama tidak dapat diandalkan untuk memberitakan secara netral maupun tidak memihak karena terdapat bias kepentingan media. YouTube pun menjadi media pelengkap dari media arus utama yang telah eksis selama ini.

Dengan menggunakan YouTube, Puan Maharani selaku komunikator politik memungkinkan untuk merancang konten video seperti apa dapat dijadikan sebagai sarana pengirim pesan yang akan disampaikan kepada publik untuk meluruskan pro-kontra kejadian saat dirinya mematikan mikrofon dalam sidang paripurna DPR RI. Sebagai komunikator, Puan Maharani dapat memilih sendiri konten video yang sesuai dengan karakter sasaran komunikasi akan dituju.

Pemilihan Boy William didasarkan pada catatan pengalaman yang baik dan penonton setia mampu menghadirkan konten yang bukan hanya menghibur tapi juga sarat informasi dan bersifat netral sehingga mudah diterima oleh masyarakat. Model dan bentuk aktivasi ini yang akan menjadi alternatif dalam memulihkan citra dan reputasi Puan Maharani sebagai komunikator politik.

Hal ini tentu berbeda jika harus menunggu kesempatan di media massa untuk melakukan konferensi pers. Media memiliki agenda dan kepentingan tersendiri

sesuai dengan fungsi sebagai institusi sosial sekaligus institusi ekonomi sehingga komunikasi yang terjadi berpotensi tidak akan berjalan sebagaimana keinginan komunikator politik tersebut. Tidak jarang orientasi pemberitaan dari sebuah media tidak tertuju ke sana meskipun berada dalam sistem politik demokratis. Ketidakterbukaan ini disebabkan karena media telah mengabdikan pada kepentingan bisnis yang ada di dalamnya.

## Daftar Pustaka

- Arifin, Miftahul. "Selain Sandiaga Uno, 7 Politisi Ini Juga Terjun Jadi YouTuber" <https://www.merdeka.com/jabar/selain-sandiaga-uno-7-politisi-ini-juga-terjun-jadi-youtuber> (diakses pada April 2021).
- Flew, Terry. *New Media: An Introduction*. Melbourne: Oxford University Press, 2005.
- Habermans, Jurgen. 2007. *Ruang Publik: Sebuah Kajian tentang Kategori Masyarakat Borjuis*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Hendricks, John Allen and Robert Denton Jr (ed). *Communicator-in-Chief: How Barack Obama Used New media Technolog to Win the White House*. Maryland: Lexington Books. 2017.
- McNair, Brian. *Pengantar Komunikasi Politik*. Bandung: Penerbit Nusa Media, 2016.
- Mughan, Anthony and Richard Guther. *Democracy and The Media*. Cambridge: Cambridge University Press. 2000.
- Nugroho, Yanuar, Dinita Andriani Putri, dan Shinta Laksmi, *Mapping the Landscape of the Media Industry in Contemporar Indonesia*. Jakarta: CIPG and HIVOS, 2012.
- Owen, Diana and Richard Davis. "Presidential Communication in the Internet Era," *Presidential Studies Quarterly*, Volume 38. Issues 4. 2008.
- Riaz, Saqib. 2010. "Effects of New Media Technologies on Political Communication," *Journal of Political Studies*, Volume 1. Issues 2. 2010.