

Pola Komunikasi Interpersonal dan Strategi Blusukan Joko Widodo

Salman

Institut Teknologi dan Bisnis Kalbe, Jakarta

Abstract:

Style “blusukan” approach inherent in Joko Widodo considered quite effective in mobilizing popular support. In a direct election, of course, all activities performed by the candidate will be very interesting observed by every supporters. The purpose of this study was to determine the effect of interpersonal communication patterns and strategies “blusukan” in influencing voters. This study is based on the paradigm of qualitative standpoint. The results showed voters are more interested in various forms of communication interpersonal of candidates both verbal and nonverbal communication, such as, simplicity, honesty, what it is, to favor the interests of the people

keywords: Interpersonal Communication, Blusukan, support, voters

I. PENDAHULUAN

Sejak tumbangnya orde baru, demokrasi di Indonesia berkembang sangat positif, semua kegiatan dalam memilih calon pemimpin dilalui secara demokratis, yaitu dengan menggelar sistem pemilihan umum secara langsung. Dalam pemilihan umum secara langsung ini proses menentukan calon pemimpinnya dipilih secara langsung oleh rakyat. Bentuk pemilihan langsung tersebut mulai dari pemilihan bupati ataupun walikota, gubernur, presiden dan bahkan calon anggota legislatif pun dipilih berdasarkan suara terbanyak yang diperoleh oleh masing-masing kandidat.

Pemilu langsung diikuti oleh seluruh lapisan masyarakat yang memenuhi syarat sebagai pemilih. Dalam pemilihan langsung, rakyat menentukan pilihan politik secara langsung, bukan lagi elit tertentu dari partai politik yang berkuasa di parlemen seperti pada masa orde baru. Dengan sistem ini, ruang bagi masyarakat dalam menentukan pemimpin baik di tingkat kabupaten, propinsi ataupun pusat secara langsung. Untuk menghadapi persaingan tersebut setiap calon peserta harus memiliki strategi komunikasi yang baik agar tingkat keterpilihannya tinggi. Komunikasi yang dilakukan biasanya dalam bentuk sosialisasi program kerja, visi misi dan pesan lainnya. Pada hakikatnya komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia, berupa pikiran atau perasaan seseorang atau sekelompok orang kepada orang atau kelompok lain dengan menggunakan lambang-lambang yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak (Effendy, 1993 : 9)

Banyak cara komunikasi yang dapat dilakukan bagi para calon pimpinan dalam meraih simpati pemilih, berbagai macam pendekatan dilakukan terhadap pemilik suara seperti pendekatan komunikasi politik. Mueller (1973:73) mengetengahkan bahwa Komunikasi Politik didefinisikan sebagai hasil yang bersifat politik apabila menekankan pada hasil. Sedangkan definisi komunikasi politik jika menekankan pada fungsi komunikasi politik dalam sistem politik, adalah komunikasi yang terjadi dalam suatu sistem politik dan antara sistem tersebut dengan lingkungannya. Pada era sebelumnya, strategi komunikasi politik hanya ditujukan kepada kelompok tertentu saja, akan tetapi pada era reformasi sekarang bentuk komunikasi politik berubah dan diarahkan kepada calon pemilih sebagai rakyat yang memiliki hak suara dalam pemilu secara langsung.

Berbagai strategi komunikasi politik dilakukan oleh setiap calon dalam meningkatkan citra yang bertujuan untuk membangun citra positif dimata para pemilih, sehingga dapat diharapkan para pemilih memberikan suaranya kepada calon tersebut. Semua calon berlomba-lomba dalam membangun citra positif dengan memanfaatkan berbagai media komunikasi tentang diri calon agar dapat diterima oleh para pemilik suara dalam pemilihan umum. Salah satu bentuk dalam komunikasi adalah proses penyampaian pesan politik yang berkaitan dengan Pemilihan umum sesuai gaya dari setiap calon peserta. Pengaruh komunikasi dalam sistem pemilihan umum secara langsung sangatlah besar, karena komunikasi mempunyai kemampuan membentuk persepsi dalam mempengaruhi perilaku memilih masyarakat. Persepsi adalah satu proses dengan mana seseorang menyeleksi, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan stimuli kedalam suatu gambaran dunia yang berarti dan menyeluruh (Bilson Simamora, 2004:102).

Jika kita ingin mempelajari tentang persepsi seseorang berkaitan dengan latar belakang budaya dan kehidupan seseorang, karena pola pemikiran, sikap, dan perilaku seseorang itu tidak pernah lepas dari lingkungan sosial dimana dia berada. Faktor yang membuat persepsi berbeda-beda pada setiap fasilitas yang sama karena adanya perbedaan dalam otak kita yang terbatas, sehingga tidak mungkin semua stimuli tertampung, hal tersebut dipengaruhi oleh faktor personal dan faktor stimuli yang terdiri dari (Bilson Simamora, 2004:104)

Persepsi masyarakat terhadap pemilihan umum kepala daerah DKI Jakarta, bahwa DKI Jakarta selalu menjadi barometer atau cerminan politik ditingkat nasional. Sukses tidaknya pemilu yang terjadi di DKI Jakarta akan sangat mempengaruhi peta politik tanah air. Karena selain sebagai Ibukota Negara Republik Indonesia dengan jumlah penduduk yang banyak di Indonesia, Jakarta juga memiliki karakteristik penduduk yang sangat heterogen, baik dari sisi sosial budaya, selain tingkat problema

sosial dan politik ditingkat lokal yang cukup kompleks. Sehingga ada kesan, jika seorang gubernur sukses memimpin Jakarta, maka kesempatan untuk mendapatkan jabatan ke jenjang karir politik yang lebih tinggi terbuka lebar.

Pemilihan umum kepala daerah DKI Jakarta, diikuti oleh beberapa calon yang bukan merupakan tokoh lokal Jakarta ataupun tokoh nasional yang telah dikenal oleh warga Jakarta, tapi tokoh yang didatangkan dari luar Jakarta, seperti Gubernur Sumatera Selatan, Alex Noerdin dan Walikota Solo, Joko Widodo (Jokowi) yang berpasangan dengan Basuki Tjahja Purnama (Ahok), mantan bupati dari Propinsi Bangka Belitung. Hal ini diluar dari kebiasaan Pemilukada yang telah diselenggarakan selama ini, terutama preferensi para pemilih terhadap calon pemimpinnya yang cenderung memilih tokoh nasional atau figur lokal yang cukup dikenal masyarakat setempat.

Kondisi ini tentunya memiliki tantangan tersendiri bagi bakal calon gubernur dan wakil gubernur yang berasal dari luar Jakarta dalam hal meraih simpati dari pemilih. Dari enam pasang kandidat yang bertarung memiliki gaya komunikasi politik yang berbeda-beda, baik dari latar belakang organisasi maupun budaya yang mereka miliki, tentunya akan berpengaruh pada perilaku pemilih dalam memilih. Dari ke enam calon kepala daerah tersebut satu tokoh yang cukup menonjol dalam komunikasi interpersonalnya dengan melakukan kegiatan yang turun langsung ketemu dengan masyarakat calon pemilih.

Komunikasi interpersonal atau yang biasa disebut dengan komunikasi antar pribadi merupakan komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang mengkomunikasikan setiap peserta menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Bentuk khusus dari komunikasi interpersonal adalah komunikasi diadik yang melibatkan hanya dua orang, seperti suami istri, dua sahabat dekat, guru-murid, dan sebagainya. Ciri-ciri komunikasi diadik adalah :

- Pihak-pihak yang berkomunikasi berada pada jarak yang dekat
- Pihak-pihak yang berkomunikasi mengirim pesan dan menerima pesan secara simultan dan spontan baik secara verbal maupun nonverbal.

Keberhasilan suatu komunikasi merupakan tanggung jawab para peserta komunikasi. Kedekatan hubungan pihak-pihak yang berkomunikasi akan tercermin pada jenis-jenis pesan atau respon nonverbal mereka, seperti sentuhan, tatapan mata yang ekspresif, dan jarak fisik yang sangat dekat. Meskipun setiap orang dalam komunikasi interpersonal bebas mengubah topik pembicaraan, kenyataannya komunikasi antar pribadi bisa saja didominasi oleh atasan. Komunikasi antarpersonal sangat potensial untuk mempengaruhi atau membujuk orang lain, karena kita dapat menggunakan kelima alat indera kita untuk mempertinggi daya bujuk pesan kita. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan paling sempurna, komunikasi antar

pribadi berperan penting hingga kapanpun, selama manusia masih mempunyai emosi. Kenyataannya komunikasi tatap muka ini membuat manusia merasa lebih akrab dengan sesamanya, berbeda dengan komunikasi lewat media massa seperti surat kabar, majalah, e-mail, telepon genggam, yang membuat manusia terasing (Mulyana, 2007:81).

II. TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi

Menurut Shimp (2003:163-165), semua aktivitas komunikasi melibatkan delapan elemen berikut ini:

- 1) Sumber (*source*)
- 2) Penerjemah (*encoding*)
- 3) Pesan (*message*)
- 4) Penyampaian Pesan (*message channel*)
- 5) Penerima (*receiver*)
- 6) Interpretasi (*decoding*)
- 7) Gangguan atau Distorsi (*noise*)
- 8) Umpan Balik (*feedback*)

Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal (Mulyana, 2007:81). Bentuk khusus dari komunikasi interpersonal ini adalah komunikasi diadik (*dyadic communication*) yang melibatkan hanya dua orang, seperti : suami-istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, guru-murid, dan sebagainya (Mulyana, 2007:81). Dua orang yang terlibat ini saling melakukan diskusi ataupun pembicaraan (*discourse*) dan terdapat tingkat keterhubungan (*relationship*). Ciri-ciri komunikasi diadik ini adalah pihak -pihak yang berkomunikasi berada dalam jarak yang dekat dan pihak - pihak yang berkomunikasi mengirimkan dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun nonverbal.

Keberhasilan komunikasi menjadi tanggung jawab para peserta komunikasi. Kedekatan hubungan pihak - pihak yang berkomunikasi akan tercermin pada jenis-jenis pesan atau respons nonverbal mereka, seperti : sentuhan, tatapan mata yang ekspresif, dan jarak fisik yang sangat dekat. Meskipun setiap orang dalam komunikasi interpersonal bebas mengubah topik pembicaraan, kenyataannya komunikasi

interpersonal dapat saja didominasi oleh satu pihak, misalnya : komunikasi suami - istri yang didominasi oleh suami, komunikasi dosen - mahasiswa yang di dominasi oleh dosen, dan komunikasi atasan - bawahan yang didominasi oleh atasan (Mulyana, 2007:81).

Komunikasi Politik

Komunikasi Politik adalah setiap penyampaian pesan yang disusun secara sengaja untuk mendapatkan pengaruh atas penyebaran atau penggunaan *power* di dalam masyarakat yang di dalamnya mengandung empat bentuk komunikasi, yaitu :

1. *Elite Communication,*
2. *Hegemonic Communication,*
3. *Petitionary Communication,*
4. *Associational Communication.*

Mueller (1973:73) mengetengahkan bahwa Komunikasi Politik didefinisikan sebagai hasil yang bersifat politik apabila menekankan pada hasil. Sedangkan definisi Komunikasi Politik jika menekankan pada fungsi komunikasi politik dalam sistem politik, adalah komunikasi yang terjadi dalam suatu sistem politik dan antara sistem tersebut dengan lingkungannya.

Almond dan **Powell** mendefinisikan Komunikasi Politik sebagai fungsi politik bersama-sama fungsi artikulasi, agregasi, sosialisasi dan rekrutmen yang terdapat di dalam suatu sistem politik dan komunikasi politik merupakan prasyarat (*prerequisite*) bagi berfungsinya fungsi-fungsi politik yang lain.

Beberapa ilmuwan melihat Komunikasi Politik sebagai suatu pendekatan dalam pembangunan politik. Komunikasi Politik meletakkan basis untuk menganalisis permasalahan yang muncul dan berkembang dalam keseluruhan proses dan perubahan politik suatu bangsa. Bahkan **Plano (1982:24)** melihat bahwa Komunikasi Politik merupakan proses penyebaran arti, makna atau pesan yang bersangkutan dengan fungsi suatu sistem politik.

Blusukan

Istilah *blusuk* dan *blesek* mempunyai arti ‘masuk. Kalau orang menulis kalimat berbunyi “*Diblusukake*” atau “*Diblesekake ing lendhutan*”, maka itu berarti orang itu dimasukkan ke dalam lumpur. Bila orang mengatakan bahwa perjalanannya *keblusuk-blusuk*, itu berarti bahwa orang itu dalam perjalanan sampai masuk ke tempat-tempat yang tidak dia kenal; itu dia jalani dalam rangka usaha mencapai tempat yang mau dia tuju atau bahkan sekedar tanpa tempat tertentu yang mau dituju.

Sedangkan istilah *blusukan* menunjuk pada laku berkelana masuk sana masuk

ini, sekedar untuk mengenal suatu keadaan dan kondisi suatu tempat secara alami atau secara kultural. Dengan arah atau tujuan yang lebih luas dan lebih dalam secara kultural, berkelana mengandung maksud *nguri-uri* martabat luhur dan keelamatan manusiawi, dalam rangka menemukan apa yang perlu dsingkirkan atau ditinggalkan, apa saja yang masih harus dipertahankan dan bahkan perlu diberdayakan.

Blusukan adalah suatu istilah ungkapan orang berkelana ke tempat-tempat berkebudayaan masalah yang belum terungkap. Maksud orang berkelana yang berdimensi transendental biasanya bernuansa *neges kersaning jawata* atau memperjelas kehendak ilahi; untuk mengetahui keadaan, suasana alam atau masyarakat yang ada. Mengenalnya, bukan hanya secara serampangan, tetapi mengenal untuk merasuki, melibati seoptimal mungkin, melayani.

Istilah *blusuk*, *keblusuk-blusuk*, dan *blusuk* tidak terdapat dalam daftar kosakata kamus Bahasa Indonesia mana pun. Istilah itu Jawa 'tulen' alias murni; istilah ini biasa diucapkan oleh orang-orang pedesaan atau mereka yang hidup jauh masuk di pedalaman. Dalam membahas 'pastoral pedesaan', istilah itu sudah menunjuk pada alam pikir pedesaan yang oleh orang non pedesaan sudah tidak dikenal lagi. (<http://www.sesawi.net/2011/08/21/5751/>)

III. METODE PENELITIAN

Desain sebuah penelitian akan selalu tergantung kepada paradigma penelitian yang digunakan. Paradigma penelitian menuntun serta memberi batasan, bagaimana suatu penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah kualitatif dengan jenis eksplanasi adalah deskriptif.

Menurut Sugiyono (374 : 2009) masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara, tentatif dan akan berkembang atau berganti setelah peneliti berada di lapangan. Selain itu gejala permasalahan bersifat holistik (menyeluruh dan tidak dapat dipisah-pisahkan), sehingga peneliti tidak akan menetapkan penelitiannya hanya berdasarkan variabel penelitian, tetapi keseluruhan situasi sosial yang diteliti meliputi aspek tempat (*place*), pelaku (*actor*) dan aktivitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergis.

Dalam penelitian kualitatif, peneliti sebagai instrumen penelitian, dimana fungsinya sebagai alat penelitian. Tugasnya adalah sebagai berikut (Sugiyono, 395 : 2009)

1. Menetapkan fokus penelitian
2. Memilih informan sbg sumber data
3. Melakukan pengumpulan data
4. Menilai kualitas data

5. Analisis data
6. Menguji keabsahan data
7. Membuat kesimpulan atas temuannya

Penentuan informan/narasumber sebagai sumber data pada penelitian ini dilakukan secara *snowball sampling* yaitu teknik pengambilan sampel data, yang pada awalnya sedikit, lama-lama menjadi besar. Pengumpulan data dilakukan dengan triangulasi data yaitu teknik pengumpulan data yang bersifat penggabungan berbagai teknik pengumpulan data. Penelitian ini menggunakan gabungan antara metode observasi, wawancara, dan analisis dokumen.

1. Observasi

Penggunaan metode observasi ini untuk melihat serta mengamati sendiri, kemudian mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan sebenarnya sehingga fokus penelitian dapat lebih terarah.

2. Wawancara

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara semistruktur, dengan menggunakan daftar pertanyaan terbuka dan tertutup (*semstructure Interview*). Tujuan wawancara ini yaitu untuk mengumpulkan informasi yang tidak mungkin diperoleh melalui observasi. Melalui wawancara peneliti bisa mendapatkan informasi yang mendalam.

3. Dokumentasi

Untuk mengumpulkan data sekunder menggunakan studi dokumentasi .

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan hasil temuannya dapat disebarkan kepada orang lain. Analisis data kualitatif akan berlangsung selama proses pengumpulan data dilapangan.

Untuk analisis datanya, menggunakan model Miles & Huberman (Pawito, 2007 : 104), yaitu suatu teknik analisis yang lazim disebut *interaktive model*. Teknik analisis ini pada dasarnya terdiri dari tiga komponen yakni :

- 1) Reduksi data (*data reduction*) terdiri dari beberapa langkah, yaitu :

Langkah pertama, editing, pengelompokan dan meringkas data.

Langkah kedua, menyusun kode-kode dan catatan-catatan mengenai berbagai hal, termasuk yang berkenaan dengan aktivitas serta proses-proses sehingga peneliti dapat menemukan tema-tema, kelompok-kelompok dan pola-pola data.

- 2) Penyajian data (*data display*) adalah melibatkan langkah-langkah mengorganisir data, yakni menjalin (kelompok) data yang satu dengan (kelompok) data yang lain sehingga seluruh data yang dianalisis benar-benar dilibatkan dalam satu kesatuan karena dalam penelitian kualitatif data biasanya beranekaragam perspektif dan terasa bertumpuk maka penyajian data pada umumnya diyakini sangat membantu proses analisis.
- 3) Penarikan serta pengujian kesimpulan (*drawing and verifying conclusions*), dimana peneliti mengimplementasikan prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola-pola data yang ada dan atau kecenderungan dari display data yang telah dibuat.

Yang menjadi unit analisis dalam penelitian ini adalah masyarakat di lingkungan kelurahan kwitang Jakarta Pusat.

IV. PEMBAHASAN

Gaya sederhana dari latar belakang masyarakat kebanyakan.

Pasangan Joko Widodo dan Basuki Cahya Purnama, merupakan pasangan calon Gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta yang dinilai memiliki gaya yang sangat sederhana dan dianggap sebagai perwakilan dari masyarakat kelas bawah kebanyakan. Hal ini merupakan realita yang ada saat pemilihan gubernur DKI Jakarta tahun 2012. Joko Widodo dan Basuki Cahya Purnama merupakan calon Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta yang bukan berasal dari tokoh lokal Jakarta, tetapi dari luar Jakarta.

Joko Widodo tercatat sebagai walikota solo periode kedua, sedangkan Basuki Cahya Purnama merupakan mantan Bupati Belitung yang menjadi anggota DPR-RI dari pemilihan Bangka Belitung. Dikarenakan mereka dari luar Jakarta, mereka berasal dari daerah yang tidak sebesar Jakarta, tentunya memiliki gaya kebanyakan dari masyarakat umumnya, mereka berdua dianggap sebagai perwakilan dari masyarakat kebanyakan yang hidup sederhana dan tidak mencerminkan birokrasi ketika mereka bertemu dengan masyarakat.

Dari segi penampilan, Jokowi biasa-biasa saja. Nada bicara yang disampaikan pun biasa. Topik yang dibahas oleh Jokowi adalah masalah sehari-hari yang dialami masyarakat. Sebagai contoh, Jokowi berbicara masalah pedagang di pasar dengan bahasa yang sederhana. Gaya komunikasi Jokowi tidak emosional, tidak meledak-ledak, selalu menggunakan bahasa pada umumnya, sederhana dan digunakan banyak orang. Gaya komunikasi Jokowi orisinal tidak meniru gaya berbicara siapa pun. Jokowi menjadi dirinya sendiri.

Jokowi selama menjabat Walikota soloh, memang lebih memilih untuk lebih

banyak bekerja ketimbang banyak bicara. Orientasinya bukan panggung politik, tidak berjarak dan menyatu dengan rakyat. Jokowi lebih suka blusukan ke masyarakat. Blusukan adalah aktifitas yang dilakukan seseorang untuk memasuki suatu tempat untuk mengetahui keadaan yang terjadi di tempat tersebut. Gaya Komunikasi yang dilakukan Jokowi tidak menjual retorika, mengejar panggung, tapi kedekatan dengan masyarakat. Tidak seperti pejabat kebanyakan yang lebih banyak menjual retorika, mengejar panggung, dan bahasa yang digunakanpun kadang-kadang awam di mata masyarakat.

Dengan Strategi blusukan yang dilakukan oleh Jokowi, secara nyata pola komunikasi interpersonal yang terjadi antara Jokowi dengan masyarakat berada pada jarak yang sangat dekat, tanpa ada halangan, walaupun terjadi noise, noise tersebut tidak menjadi halangan yang berarti. Apa yang dikemukakan dan diterima oleh si penerima pesan komunikasi tersebut. Pesan komunikasi yang disampaikanpun secara simultan dan spontan, baik secara komunikasi verbal maupun komunikasi nonverbal.

Keberhasilan suatu komunikasi merupakan tanggung jawab para peserta komunikasi. Kedekatan hubungan pihak-pihak yang berkomunikasi akan tercermin pada jenis-jenis pesan atau respon nonverbal mereka, seperti sentuhan, tatapan mata yang ekspresif, dan jarak fisik yang sangat dekat. Meskipun setiap orang dalam komunikasi interpersonal bebas mengubah topik pembicaraan, kenyataannya komunikasi antar pribadi bisa saja didominasi oleh atasan.

“Jokowi pemimpin hebat, pemimpin yang bekerja dengan baik, Jokowi. dekat dengan rakyat tidak hanya saat menjelang pilkada. Dia selalu blusukan saat menjadi walikota Solo.” Kata Mulyadi. Mulyadi merupakan salah satu masyarakat Jakarta yang bekerja serabutan yang tinggal di Kwitang Jakarta Pusat.

“ Saya baru melihat calon gubernur turun langsung membantu warga, selama ini calon gubernur hanya kita lihat di televisi doang, paling juga yang turun kemari tim suksesnya”, kata Mulyadi.

Melihat gaya komunikasi yang khas dari Joko Widodo, membangkitkan kerinduan masyarakat terhadap pemimpin yang melayani yang mau turun bersama rakyatnya, mau mendengarkan keluh kesah warganya. Selama ini seorang pemimpin hanya bisa di jumpai setelah melalui birokrasi yang berbelit-belit.

Komunikasi antarpersonal yang digunakan oleh Jokowi sangat potensial untuk mempengaruhi atau membujuk orang lain, khususnya pada masyarakat yang simpati dengannya, karena Jokowi faham betul dalam menggunakan kelima alat inderanya untuk mempertinggi daya bujuk pesan yang ingin disampaikan. Menurut Hendrik, “Saya lihat ditelvisi Jokowi berhasil membuat mobil, dan mobil tersebut dia gunakan untuk kendaraan dinas, Saya pikir Jokowi mengerti pentingnya membangun suatu

kebanggaan yang harus dimiliki oleh warganya, dan ini yang menjadi pembeda antara Jokowi dengan calon-calon lainnya.”

“Saya tiba-tiba kaget, begitu saya disapa oleh Pak Jokowi, saat itu saya sedang memberi makan anak saya yang kecil. Dia tidak segan-segan duduk sambil ngebantuin ngambilin minum untuk anak saya, saya yakin dia akan menjadi pemimpin yang baik” menurut Henny seorang ibu rumah tangga yang tinggal di lingkungan padat penduduk di wilayah Kwitang Jakarta Pusat.

Masih menurut Henny “Kalau pemimpin yang seperti ini saya sangat demen sekali, dan pasti dia akan saya pilih nantinya”

Dalam Komunikasi Interpersonal hubungan personal seseorang akan sangat mempengaruhi untuk saling tertarik dengan lawan berkomunikasinya. Hubungan personal memiliki kesamaan dalam hal nilai-nilai, keyakinan, sikap, status sosial ekonomi, agama, ideologi, dan sebagainya. Disamping kedekatan dan akrab yang menciptakan komunikasi nyaman.

Pengalaman-pengalaman yang dialami oleh warga menunjukkan bahwa pola komunikasi interpersonal antara Jokowi dengan masyarakat sangat bersahaja, apa adanya, dan sesekali dari komunikasi yang terjadi diselengi canda tawa, hal ini menunjukkan kedekatan antara Jokowi dengan masyarakat yang dia kunjungi dalam strategi blusukannya. Komunikasi persuasif yang terjadi menunjukkan keluwesan antara penyampai pesan dan penerima pesan. Sehingga komunikasi ini sangat potensial bagi seorang Jokowi dengan para pendukungnya.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Komunikasi interpersonal dinyatakan efektif bila komunikasi yang terjadi menyenangkan bagi komunikan, seperti apa yang sudah dilakukan oleh Joko Widodo dengan pola komunikasi interpersonal dan strategi blusukan yang dilakukannya. Komunikasi interpersonal yang dibangun oleh Joko Widodo dalam setiap blusukannya menggunakan pendekatan personal yang sangat banyak persamaan antara dirinya dengan masyarakat yang ditemuinya, sehingga terjadi kedekatan secara emosional antara Jokowi dengan masyarakat pendukungnya.

Dalam setiap blusukan yang dilakukan Jokowi mendapatkan simpati dan dukungan yang positif. Hal ini berdasarkan bahwa pendapat dan penilaian masyarakat tentang Jokowi tidak semata-mata berdasarkan pertimbangan rasional. Sebagai makhluk emosional, masyarakat cenderung melihat segala hal yang berkaitan dengan Jokowi secara positif. Hal ini terbentuk karena Pola Komunikasi Interpersonal yang dilakukan oleh Joko Widodo berbicara apa adanya, bersahaja dan selalu menggunakan bahasa-bahasa rakyat yang sederhana serta diselengi canda sesuai dengan kepribadian

Jokowi. Disamping bentuk komunikasi nonverbal lainnya yang di gunakan oleh Jokowiwido.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirudin dan Bisri, A. Zaini. 2006. *Pilkada Langsung: Problem dan Prospek (Sketsa Singkat Perjalanan Pilkada 2005)*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta, Jakarta
- Asfar, Muhammad. 2006. *Pemilih dan Perilaku Memilih 1955 – 2004*. Pustaka Eureka, Surabaya
- Blais, Andre, et.al. 2001. *Measuring Party Identification: Britain, Canada, and the United States*. Political Behaviour, Vol.23, No.1
- Bulaeng, Andi. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi Kontemporer*. Andi, Yogyakarta
- De Vito, Joseph A. 1997. *Human Communication*. Terjemahan: Agus Muliana, Jakarta : Profesional Books.
- Eriyanto. 2007. *Partai Politik dan Peta Studi Perilaku Pemilih di Indonesia*. Kajian Bulanan Edisi 06 (Oktober 2007), Lingkaran Survei Indonesia, Jakarta
- Eriyanto. 2008. *Faktor Agama dalam Pilkada*. Kajian Bulanan Edisi 10 (Februari 2008), Lingkaran Survei Indonesia, Jakarta
- Firmanzah. 2007. *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Yayasan Obor Indonesia (YOI), Jakarta
- Gaffar, Afan. 1992. *Javanese Voters: A Case Study of Election Under a Hegemonic Party*. Gajah Mada University Press, Yogyakarta
- Gama, Betty dan Widarwati, Nunun Tri. 2008. *Hubungan antara Kampanye Kandidat Kepala Daerah dan Perilaku Pemilih Partisipasi Politik Wanita (Studi pada Ibu-Ibu Rumah Tangga dalam Pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten Sukoharjo)*. Jurnal Ilmiah Scriptura, Vol.2, No.1, Januari 2008, hal.63-80
- Littlejohn, Stephen W. 1996. *Theoris of Human Communication*. Publishing : Company, Belmon California
- Marbun, BN. 2003. *Kamus Politik*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta.
- Mulyana, 2007, *Ilmu komunikasi suatu pengantar*, Remaja Rosdakarya, Bandung
- Nimmo, Dan. 2000. *Komunikasi Politik (Komunikator, Pesan, dan Media)*. Terjemahan: Tjun Surjaman. Cetakan III, Remadja Rosdakarya, Bandung.
- Nursal, Adman. 2004. *Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Prihatmoko, Joko J., 2005. *Pemilihan Kepala Daerah Langsung: Filosofi, Sistem*

dan Problema Penerapan di Indonesia. Pustaka Pelajar, Yogyakarta
Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survei*. LP3ES,
Jakarta.

Sumarno, A.P. 1989. *Dimensi-Dimensi Komunikasi Politik*. Citra Aditya Bakti,
Bandung

<http://www.sesawi.net/2011/08/21/5751/>

