

## **PENGELOLAAN KESAN CALON GUBERNUR BANTEN “WAHIDIN HALIM” PADA MEDIA *ONLINE* TWITTER DAN FACEBOOK**

Khaerul Azmi  
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur  
[khaerulazmiabbas@gmail.com](mailto:khaerulazmiabbas@gmail.com)

### **ABSTRACT**

*This study aims to find out how Wahidin Halim as the candidate for governor of Banten to manage the impression on Twitter and Facebook as online media?. This research is a descriptive research with qualitative approach and using dramaturgy theory of Erving Goffman in dissecting the findings data. Through operationalization of dramaturgy theory Researchers found that there has been a massive impression management in the nomination process of Banten governor Wahidin Halim in Twitter and Facebook as social media. On the front stage of the impression management, WH is able to introduce himself as an experienced person, has integrity with the incision of his achievements, and convincingly can make changes to Banten with the vision and mission are always in the blow up through social media. In addition, the WH is also consistently able to immerse the memory strong enough in the minds of the audience with a style of dress that never changes during the nomination process, even since it was the mayor of Tangerang.*

**Keyword:** *Wahidin Halim, Dramaturgy, Twitter, facebook, Online Media*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengelolaan Kesan Calon Gubernur Banten Wahidin Halim pada Media *Online* Twitter dan Facebook?. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan meminjam teori dramaturgi Erving Goffman dalam membedah data-data temuan. Melalui operasionalisasi teori dramaturgi Peneliti mendapatkan bahwa telah terjadi pengelolaan kesan yang masif dalam proses pencalonan Gubernur Banten H. Wahidin Halim di media sosial Twitter dan *facebook*. Di panggung depan WH mampu mengenalkan dirinya sebagai sosok yang berpengalaman, memiliki integritas dengan torehan prestasinya, serta meyakinkan dapat melakukan perubahan bagi Banten dengan visi dan misi yang selalu di *blow up* melalui media sosial. Selain itu, WH juga secara konsisten mampu membenamkan memori cukup kuat dalam benak khalayak dengan *style* berpakaian yang tidak pernah berubah selama proses pencalonan, bahkan sejak masih menjadi Walikota Tangerang.

**Kata kunci:** *Wahidin Halim, Dramaturgi, Twitter, Facebook, Media Online.*

## PENDAHULUAN

Media *online* memiliki makna lebih luas dibandingkan media *social*, jejaring sosial ataupun *website*. Media *Online* secara sederhana adalah segala jenis media atau sarana komunikasi yang tersaji secara *online* melalui koneksi internet, seperti *email*, *website*, *blog*, *media sosial*, *jejaring sosial*, termasuk aplikasi *chatting* seperti *WhatsApp* dan *Line*. Ada banyak media online yang digunakan di Indonesia, Banten khususnya, diantaranya Instagram, Facebook, Twitter, Path, Whatsapp, dll.

Dalam mendukung suksesi WH dalam perhelatan Pilkada Wilayah Banten, WH memilih Twitter dan Facebook sebagai garda depan perkenalan dirinya di media sosial. Sebagaimana yang disampaikan oleh salah seorang Tim Suksesnya, yang juga Ketua ICMI Kota Tangerang, Ahmad Jazuli, "*Pak Haji lebih banyak menggunakan Twitter dan Facebook untuk pengenalan diri di Media Sosial dalam PilGub kali ini.*"<sup>1</sup>

Pasangan calon yang akan berkompetisi dalam Pilkada Banten 2017 hanya ada 2 (dua) pasangan calon, mereka akan *head to head* dalam memperebutkan

perhatian, dan simpatik masyarakat Banten, keduanya adalah pasangan Wahidin Halim-Andika Hazrumy dan Rano Karno-Embay Mulya Syarief<sup>2</sup>. Kedua pasangan ini sama-sama bersolek dalam mencitrakan hal-hal positif pada diri keduanya, baik melalui brosur, *flyer*, spanduk, baliho, dan lain sebagainya. salah satu yang sangat berperan adalah penggunaan media untuk *soft campaign*. Salah satu calon yang diunggulkan adalah Rano-Embay versi survey Saeful Mujani Research and Cosulting (RMSC)<sup>3</sup>, sehingga dapat dipastikan pasangan lain yaitu, Wahidin Halim-Andika akan menempuh jalan lain, selain survey untuk mendongkrak popularitasnya dalam merebut simpatik masyarakat Banten. Salah satunya, tentu dengan menggandeng media.

Dengan sederet *track recordnya* Wahidin Halim seharusnya berpeluang besar membangun Banten. Namun, benarkah segudang prestasi itu sejalan dengan pengelolaan kesan yang ia buat kepada masyarakat Banten dalam menarik perhatian dan mengumpulkan simpatik

<sup>1</sup>Wawancara dengan, Ahmad jazuli, Rabu, 25 Januari 2017, pukul 15.25 WIB

<sup>2</sup><https://m.tempo.co/read/news/2016/09/22/078806447/pilkada-banten-pertarungan-pro-dinasti-melawan-anti-dinasti> diakses pada Rabu, 16 November 2016

<sup>3</sup><http://poskotanews.com/2016/09/27/pilgub-banten-rano-emas-unggul-di-survei-wh-andhika-berbagi-wilayah/> diakses pada Rabu, 16 November 2016

masyarakat Banten, agar pada Pilkada nanti dapat terpilih sebagai Gubernur Banten?.

Mengelola sebuah kesan dalam penelitian ini, menjelaskan bagaimana Wahidin Halim memberikan *image/kesan* yang berbeda pada saat ia tampil di media online sebagai calon gubernur Banten dengan karakter pada kehidupan sehari-hari. Pengelolaan kesan memiliki peranan penting dan berkaitan dengan bidang komunikasi, dimana setiap individu komunikator yang berinteraksi berupaya membuat sebuah *image* sehingga menumbuhkan sebuah kesan kepada komunikan.

Hal ini yang membuat peneliti mendekati masalah dalam penelitian ini dengan teori dramaturgi (dramatisme) menurut Erving Goffman, yang mengatakan bahwa :

“Memandang perilaku ekspresif sebagai suatu penyajian diri dihadapan pandangan masyarakat dalam suatu upaya untuk menonjolkan “peran” atau “watak” sebagai suatu diri yang dimanipulasikan. Perilaku yang bukan untuk umum berada “di belakang layar” dan amat berbeda dari yang disajikan untuk umum”.<sup>4</sup>

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan dalam

penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut “Bagaimana Pengelolaan Kesan Calon gubernur Banten Wahidin Halim pada Media *Online* Twitter dan Facebook?”.

## TINJAUAN LITERATUR

### Atraksi Interpersonal

Atraksi interpersonal adalah kesukaan pada orang lain, sikap positif dan daya tarik seseorang. Makin tertarik kita dengan orang lain maka semakin besar kecenderungan kita untuk berkomunikasi dengan orang lain. Ada dua faktor yang mempengaruhi ketertarikan orang lain terhadap kita, yaitu faktor personal dan situasional. Faktor situasional yang mempengaruhi diantaranya, daya tarik fisik (*Physical Attractiveness*), Ganjaran (*Reward*), *Familiarity* Prinsip dari *familiarity* dicerminkan dalam peribahasa Indonesia, “kalau tak kenal, maka tak sayang”, Kedekatan (*proximity*) atau *closeness*, Kemampuan (*competence*) Kita cenderung menyenangi orang-orang yang memiliki kemampuan lebih tinggi daripada kita, atau lebih berhasil dalam kehidupannya.

Karena kita berharap adanya ketertarikan dari orang lain terhadap diri kita, maka kita mengkonsepsi diri kita agar

<sup>4</sup>B. Aubrey Fisher, *Teori-Teori Komunikasi*, Remadja Karya CV, Bandung : 1986. Hlm.327-328

sesuai dengan penerimaan orang lain yang kita harapkan, sehingga atraksi sangat berhubungan dengan konsep diri.

### **Konsep Diri**

Konsep diri merupakan semua pikiran, keyakinan, dan kepercayaan yang membuat seseorang mengetahui siapa dirinya dan memengaruhi hubungannya dengan orang lain (Stuart & Sundeen, 1998). Cara individu melihat pribadinya secara utuh, menyangkut aspek fisik, emosi, intelektual, sosial, dan spiritual. Termasuk di dalamnya persepsi individu tentang sikap dan potensi yang dimilikinya, interaksinya dengan orang lain dan lingkungan, nilai-nilai yang berkaitan dengan pengalaman dan obyek tertentu, serta tujuan, harapan, dan keinginan individu itu sendiri<sup>5</sup>.

### **Komunikasi Massa**

Komunikasi massa menurut Dominick (1996) merupakan sebuah organisasi kompleks yang dengan bantuan dari satu atau lebih mesin membuat dan menyebarkan pesan publik yang ditujukan pada *audiens* berskala besar serta bersifat heterogen dan tersebar.<sup>6</sup>Dari definisi Gerbner tergambar bahwa komunikasi

massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebarkan, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak yang tetap, misalkan harian, mingguan, dwimingguan atau bulanan.

Proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri.<sup>7</sup>Dari pengertian definisi komunikasi massa diatas, peneliti menyimpulkan komunikasi massa adalah penyampaian suatu pesan dengan cara menggunakan alat bantu (media) untuk menyebarluaskan informasi kepada khalayak luas yang heterogen, dan mempengaruhi tingkah laku masyarakat.

### **Media Internet (*Online*) sebagai Media Massa**

Media *online* merupakan media komunikasi yang pemanfaatannya menggunakan perangkat internet. Karena itu, media *online* tergolong media bersifat khas. Kekhasan media ini terletak pada keharusan untuk memiliki jaringan teknologi informasi dengan menggunakan perangkat komputer disamping

<sup>5</sup>Sunaryo. 2004. *Psikologi untuk Keperawatan*. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC. Hal. 28

<sup>6</sup>*Ibid*, Hlm.142

<sup>7</sup> Elvinaro Ardinato, Lukiati Komala, Siti Karyanti, *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar Edisi Revisi*, Refika Offset, Bandung : 2014. Hlm. 3

pengetahuan tentang program komputer untuk mengakses informasi dan berita.<sup>8</sup>

### **Twitter**

Twitter adalah [layanan jejaring sosial](#) dan [mikroblog daring](#) yang memungkinkan pengguna untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 140 [karakter](#), yang dikenal dengan sebutan kicauan (*tweet*). Twitter mengalami pertumbuhan yang pesat dan dengan cepat meraih popularitas di seluruh dunia. Hingga bulan Januari 2013, terdapat lebih dari 500 juta pengguna terdaftar di Twitter, 200 juta di antaranya adalah pengguna aktif. Tingginya popularitas Twitter menyebabkan layanan ini telah dimanfaatkan untuk berbagai keperluan salah satunya kampanye politik.<sup>9</sup>

### **Facebook**

Facebook merupakan sebuah situs yang menghadirkan layanan jejaring sosial dimana para penggunanya dapat saling berinteraksi dengan para pengguna lainnya yang berasal dari seluruh penjuru dunia. Dalam situs jejaring sosial ini, penggunanya dapat mengunggah berbagai

informasi mengenai dirinya, sehingga para pengguna facebook lainnya dapat mengetahui informasi tersebut untuk lebih mengenal pemilik akun tersebut. Tidak hanya itu, para pengguna akun *facebook* juga dapat saling mengomentari berbagai hal seperti tulisan status ataupun informasi lainnya yang mereka bagikan dalam situs jejaring sosial ini.<sup>10</sup>

### **Calon Gubernur**

Calon adalah; 1. orang yang akan menjadi.<sup>11</sup> Adapun calon yang dimaksud pada penelitian ini adalah orang yang diusulkan atau dicadangkan supaya dipilih atau diangkat menjadi sesuatu.

Gubernur adalah; 1. kepala pemerintah tingkat provinsi.<sup>12</sup> Adapun yang dimaksud pada penelitian ini adalah kepala pemerintahan tingkat provinsi atau tingkat I.

Dari kedua definisi diatas, yang dimaksud calon gubernur pada penelitian ini adalah seseorang yang diusulkan supaya dipilih pada Pilkada Kepala Pemerintahan Tingkat I Provinsi Banten.

---

<sup>8</sup> Indah Suryawati, *Jurnalistik Suatu Pengantar : Teori dan Praktik*, Ghalia Indonesia, Bogor : 2014. Hlm. 40-46

<sup>9</sup> <https://id.wikipedia.org/wiki/Twitter> diakses pada senin, 06 Februari 2017

<sup>10</sup> <http://pengertiandefinisi.com/pengertian-facebook-dan-sejarah-pendirian-facebook/> diakses pada senin, 06 Februari 2017

<sup>11</sup> <http://kbbi.web.id/calon> diakses pada rabu, 16 November 2016

<sup>12</sup> <http://kbbi.web.id/gubernur> diakses pada Rabu, 16 November 2016

## **Pengelolaan Kesan**

Seperti halnya seseorang yang sedang melakukan pertunjukan drama, Erving Goffman menjelaskan bahwa kehidupan sosial itu dapat dibagi menjadi “wilayah depan (*front region*)” dan “wilayah belakang (*back region*)”.<sup>13</sup> Baik panggung depan maupun panggung belakang tidaklah merujuk pada suatu tempat, dikarenakan dramaturgi mempelajari konteks dari perilaku manusia dalam mencapai tujuannya tersebut. Dramaturgi memahami bahwa dalam interaksi antar manusia memiliki “kesepakatan” perilaku yang disetujui dapat mengantarkan kepada tujuan akhir dari maksud interaksi sosial tersebut. Dalam teori dramaturgi menjelaskan bahwa identitas manusia adalah tidak stabil dan setiap identitas merupakan bagian kejiwaan psikologi yang mandiri, identitas manusia dapat berubah tergantung pada lawan bicara, tempat berinteraksi, dan topik yang dibicarakan.

Faktanya, kesan yang dikelola sangat berhubungan dengan simbol-simbol yang ditampilkan, dan simbol tersebut adalah hasil kesepakatan sosial yang dikonstruksi dari hasil interaksi sosial. Dari

sini kita dapat melihat hubungan erat yang tak terpisahkan dengan teori interaksionisme simbolik.

## **Interaksionisme Simbolik**

Dalam pandangan interaksi simbolik, sebagaimana ditegaskan Blumer, proses sosial dalam kehidupan kelompoklah yang menciptakan dan menegakkan kehidupan kelompok. Menurut teoritis interaksi simbolik, kehidupan sosial pada dasarnya adalah “interaksi manusia dengan menggunakan simbol-simbol”. Mereka tertarik pada cara manusia menggunakan simbol-simbol yang mempresentasikan apa yang mereka maksudkan untuk berkomunikasi dengan sesamanya, dan juga pengaruh yang ditimbulkan penafsiran atas simbol-simbol ini terhadap perilaku pihak-pihak yang terlibat dalam interaksi sosial.<sup>14</sup>

## **Teori Tentang “Diri” Dari George Herbert Mead**

Inti dari teori interaksi simbolik adalah teori tentang “diri” (*self*) dari George Herbert Mead, yang juga dilacak hingga

<sup>13</sup> Deddy Mulyana, *Metode Penelitian*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung : 2005. Hlm. 114

<sup>14</sup> Digubah dari <https://sinaukomunikasi.wordpress.com/2011/08/>

[20/interaksi-simbolik/](#) diakses pada senin, 06 februari 2017

definisi *diri* dari Charles Horton Cooley. Mead, seperti juga Cooley, menganggap bahwa konsep diri adalah suatu proses yang berasal dari interaksi sosial individu dengan orang lain. Cooley berpendapat dalam teorinya *the looking-glass self* bahwa konsep diri individu secara signifikan ditentukan oleh *apa yang ia pikirkan tentang pikiran orang lain mengenai dirinya*, jadi menekankan pentingnya respon orang lain yang ditafsirkan secara subjektif sebagai sumber primer data mengenai *diri*. Bagi Mead dan pengikutnya, individu bersifat aktif, inovatif yang tidak saja tercipta secara sosial, namun tidak dapat diramalkan. Ia memandang tindakan manusia sebagai meliputi bukan saja tindakan terbuka, namun juga tindakan tertutup, jadi mengonseptualisasikan perilaku dalam pengertian yang lebih luas.

### **Teori Dramatisme Burke**

Teori dramatisme adalah teori yang mencoba memahami tindakan kehidupan manusia sebagai drama. Dramatisme, sesuai dengan namanya, mengonseptualisasikan kehidupan sebagai sebuah drama, menempatkan suatu *focus*

kritik pada adegan yang diperlihatkan oleh berbagai pemain. Seperti dalam drama, adegan dalam kehidupan adalah penting dalam menyingkap motivasi manusia. Dramatisme memberikan kepada kita sebuah metode yang sesuai untuk membahas tindakan komunikasi antara teks dan khalayak untuk teks, serta tindakan di dalam teks itu sendiri.<sup>15</sup>

### **Motif Dan Strategi**

Ada beberapa motif yang mengatur *impression management*. Salah satunya adalah instrumen: kita ingin mempengaruhi orang lain dan memperoleh keuntungan<sup>16</sup>.

### **Dramaturgi**

Erving Goffman dalam bukunya yang berjudul "*The Presentational of Self in Everyday Life*" pertama kali memperkenalkan konsep dramaturgi. Menurut Goffman, perilaku seseorang dalam interaksi sosial selalu melakukan permainan informasi dan perilaku, agar orang lain mempunyai kesan yang lebih baik. Goffman juga berpendapat bahwa perilaku yang umum yang ditampilkan oleh individu merupakan perilaku yang diatur oleh kehidupan sosial. Jadi dalam

---

<sup>15</sup>West, Richard. Pengantar Teori Komunikasi : Teori dan Aplikasi. Jakarta : Salemba Humanika, 2008

<sup>16</sup>Schlenker, B. 1980. *Impression Management. The Self-Concept, Social*

*Identity, and Interpersonal Relation.* Monterey, CA.: Brooks/ cole Publishing, hal. 92

kehidupan ini, terdapat aturan-aturan perilaku secara *implicit* mengatur perilaku dalam masyarakat dan beberapa area kelompok. Aturan ini juga memiliki kemampuan untuk menjatuhkan sanksi bagi mereka yang tidak mengindahkannya.<sup>17</sup>

Teori dramaturgi merupakan teori komunikasi yang dipengaruhi oleh interaksionalisme simbolik. Teori dramatisme memusatkan diri pada peristiwa penggunaan simbol komunikasi. Meskipun teori ini berbicara tentang panggung depan dan belakang, namun dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan penelitian pada panggung depan yang ditampilkan oleh Wahidin Halim selama proses pencalonan Gubernur Banten.

### ***Front Stage (Panggung Depan)***

Suatu tempat dan peristiwa sosial yang menampilkan individu menampilkan peran formal atau berjaya layaknya aktor yang berperan dan ditonton oleh khalayak. Perlengkapan lengkap yang digunakan untuk menampilkan diri disebut *front*.

*Front* adalah terdiri dari panggung (*setting*) adalah rangkaian peralatan ruang dan benda yang digunakan, penampilan (*appearance*) berarti menggunakan

petunjuk artifaktual, dan gaya bertingkah laku (*manner*) menunjukkan cara kita berjalan, duduk, berbicara, memandang, dan sebagainya.<sup>18</sup>

Goffman mengajukan syarat-syarat yang perlu dipenuhi bila individu mengelola kesan secara baik, yaitu:

1. Penampilan muka.
2. Keterlibatan dalam perannya.
3. Mewujudkan idealisasi harapan orang lain tentang perannya.
4. *Mystification*.

### **Komunikasi Verbal dan Nonverbal**

Komunikasi Verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata, dalam bentuk lisan ataupun tulisan. Komunikasi ini paling banyak dipakai dalam hubungan antar manusia. Bahasa dapat dibayangkan sebagai kode atau sistem simbol yang kita gunakan untuk membentuk pesan-pesan verbal. Kita dapat mendefinisikan bahasa sebagai sistem produktif yang dapat dialih-alihkan dan terdiri atas simbol-simbol yang cepat lenyap (*rapidly fading*), bermakna bebas (*arbitrary*) serta dipancarkan secara *cultural*.<sup>19</sup>

<sup>17</sup>Engkus Kuswarno, *Metode Penelitian Komunikasi : Etnografi Komunikasi*, Widya Padjajaran, Bandung : 2008. Hlm. 24

<sup>18</sup>Rakhmat, *Op. Cit.*

<sup>19</sup>Joseph A. Devito. *Komunikasi antar Manusia*. Tangerang: karisma Publishing group. 2011., hal. 130



Komunikasi Non Verbal mencakup segala ungkapan dalam bentuk gerak, isyarat, gerak tubuh, mimik muka, nada, atau getaran suara, dan tarikan nafas. Secara sederhana, pesan nonverbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian termasuk jenis penelitian dengan pendekatan kualitatif yang menggunakan paradigma konstruktivisme, pada penelitian kualitatif instrumennya adalah orang atau *human instrument*, dalam melakukan penelitian, peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan luas sehingga mampu bertanya, menganalisa, dan mengkonstruksi objek yang diteliti menjadi luas dan lebih bermakna.

Penelitian sosial menggunakan format deskriptif kualitatif bertujuan untuk mengkritik kelemahan penelitian kuantitatif (yang selalu positivisme), serta juga bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi objek penelitian, dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran

tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu.<sup>20</sup>

Dramaturgi Erving Goffman ikut andil dalam metode penelitian ini, dikarenakan dramaturgi merupakan sandiwara kehidupan yang disajikan oleh manusia sehingga menimbulkan kesan bagi orang lain. Peneliti menginginkan menggambarkan dan mendeskripsikan bagaimana Calon Gubernur Banten H. Wahidin Halim membuat sebuah *image* di media *online* selama masa pencalonan beliau di Pilgub Banten.

Subjek Penelitian yang digali datanya pada penelitian ini yaitu Bapak Wahidin Halim (Calon Gubernur Banten). Sementara, objek penelitian dari penelitian ini adalah Pengelolaan Kesan yang dilakukan oleh calon Gubernur Banten dan Tim pada Media *Online* Twitter dan *facebook* selama proses pencalonan di Banten. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan pada *natural setting* (kondisi yang alamiah), sumber data primer, dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi berperan serta (*participant observation*), wawancara mendalam (*in depth interview*) dan dokumentasi.<sup>21</sup> Penelitian ini melakukan teknik pengumpulan dengan menggunakan

---

<sup>20</sup> Burhan Bungin. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana. Jakarta : 2007. Hlm. 68

<sup>21</sup> Sugiyono. *Op. Cit.*, Hlm. 62

teori dramaturgi Erving Goffman yang didapatkan melalui observasi dan wawancara dalam panggung depan (*front stage*) pada saat subjek penelitian melakukan kegiatan kampanye di Twitter dan Facebook sebagai calon gubernur.

Selain itu, peneliti juga menggunakan teknik wawancara untuk mendapatkan kebutuhan penelitian ini dan menjawab segala masalah yang akan dibahas. Dengan wawancara ini, peneliti secara rinci mengajukan pertanyaan yang bersifat menggali dari setiap jawaban yang akan timbul pertanyaan selanjutnya secara spontanitas. Selain itu, Peneliti juga melakukan observasi langsung di tempat penelitian, yaitu diKediaman Bapak Wahidin Halim di Gg. H. Jiran, Kec. Pinang, Kota Tangerang dan di lokasi lainnya ditempat aktivitas yang bersangkutan. Dengan demikian hasil observasi ini sekaligus untuk mengkonfirmasi data yang telah terkumpul melalui wawancara dengan kenyataan yang sebenarnya. Dan turut mengetahui kehidupan keseharian narasumber atau subjek penelitian dengan langsung mengamati kegiatan subjek tersebut.

Teknik analisis data yang peneliti gunakan yaitu analisis data kualitatif dalam pengolahan data yang telah dikumpulkan.

Analisis dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data di periode tertentu. Selanjutnya, peneliti melakukan teknik analisis data yang bertujuan untuk mencari, menata, memahami sekaligus merumuskan kesimpulan secara sistematis dari catatan hasil wawancara subjek penelitian.

## HASIL PENELITIAN

Pada bagian ini, peneliti akan menelaah pengelolaan kesan yang dilakukan oleh Wahidin Halim melalui Bantenhits.com dan Radarbanten.co.id selama Pemilihan Kepala Daerah Wilayah Provinsi Banten, April-Desember 2016. Berdasarkan elemen-elemen dramaturgi Erving Goffman, peneliti berusaha untuk menelaah pengelolaan kesan yang dilakukan oleh subjek pada penelitian ini.

### **Panggung depan (Front Stage) Wahidin halim**

#### 1. Penampilan Muka

*setting*(serangkaian peralatan, ruang dan benda yang digunakan);

Pemilihan Gubernur merupakan sebuah ajang pertarungan prestasi dan *image* bagi para pasangan calon dalam memperebutkan kursi kekuasaan. Strategi yang digunakan oleh wahidin halim dalam memperkenalkan dirinya, salah satunya menggunakan media

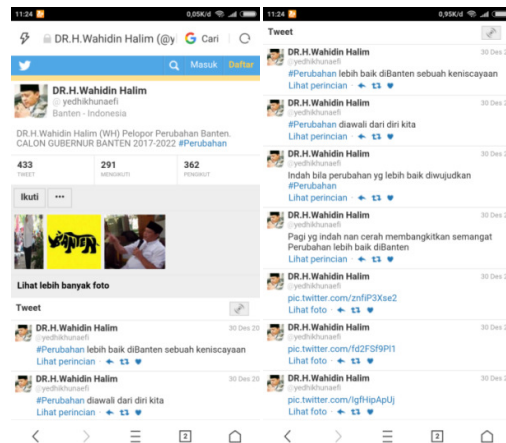
digital yang akhir-akhir ini menjadi ujung tombak bagi para calon pemimpin daerah dalam mendekati diri pada masyarakat. Sebagaimana yang diutarakan oleh Calon Gubernur Banten H. Wahidin Halim,

*“umur saya boleh tua, tapi semangat masih muda, hehe. Dan yang lebih penting saya ikut memperhatikan dan mengikuti trend politik kekinian. Dimana media sosial memiliki kemampuan luar biasa untuk mengarahkan masyarakat pada tujuan dan harapan tertentu. Tentu saya pribadi ikut turun langsung mengecek tracking, laporan-laporan tim, dll. Disana saya temukan efektifitas media sosial sangat luar biasa. Bahkan sebelum kegiatan debat pertama, tracking media sosial kami jauh lebih masif dibandingkan competitor.”*<sup>22</sup>

Bahkan beliau menambahkan,

*“saya memiliki akun sendiri, terkadang juga aktif, tapi kan tidak mungkin semua waktu saya hanya ada didepan media sosial. Jadi yang lebih banyak bergerak tentu tim. Baik upload photo, video, buat note, dll. Dan yang luar biasa sebenarnya bukan hanya tim, yang diluar dugaan saya ternyata banyak inisiatif pribadi relawan-relawan yang diluar tim WH center, menjalankan akun-akun maupun group secara aktif tanpa sepengetahuan kami, itu karena mereka berharap banyak ada angin segar perubahan untuk banten, mi.”*<sup>23</sup>

Jadi, WH secara pribadi menggunakan akun media sosial sebagai kendaraan pencitraan politiknya, bahkan dibantu oleh tim dan relawan lainnya guna mendekati dan memperkenalkan beliau pada masyarakat dalam proses pencalonan gubernur banten tahun 2017.



Gambar 5.1  
Twitter DR. H. Wahidin Halim, M.Si

<sup>22</sup>Wawancara dengan DR. H. Wahidin Halim, M.Si., Selasa, 30 januari 2017. Pukul. 21.30 WIB

<sup>23</sup>Ibid



Gambar 5.2  
Facebook Relawan WH

Dari sekian banyak media sosial yang kerap digunakan oleh masyarakat, WH memilih menggunakan Twitter dan *facebook* sebagai alat perkenalan dirinya sebagai calon Gubernur Banten, sebagaimana diutarakan oleh Ahmad Jazuli Abdilla dikediamannya,

*“ada Twitter, baik yang akun resmi dari WH center, atau akun sahabat-sahabat WH. Selain itu ada juga facebook, itu juga sangat banyak sekali tuh, group-group facebook misalnya. Belum lagi, group-group whatsapp, kemudian juga Path, ada kegiatan dimana, dipotret dishare.”*<sup>24</sup>

Bahkan, penggunaannya jauh hari sebelum pencalonan dirinya seperti yang diutarakan oleh Pak M. Syafril,

*“penggunanya itu facebook yang paling banyak sampai sekarang sehingga itu dipilih. Dan berikutnya, ee...Twitter sehingga kedua ini yang dipilih. Nah,*

*ini sudah berjalan sebelum, jauh sebelum eee...pencalonan”*<sup>25</sup>

Dari hasil wawancara diatas, kita dapat simpulkan dalam mengisi panggung depannya, alat yang digunakan oleh WH dalam memperkenalkan dirinya adalah dengan menggunakan media sosial Facebook dan Twitter.

**Appearance** (penggunaan petunjuk artifaktual, misalkan pakaian, rencana, atribut, dll); Untuk menguatkan penampilan fisiknya, seseorang membutuhkan dukungan artifaktual, agar orang yang melihatnya mudah mengidentifikasi konsep diri yang bersangkutan. H. Wahidin Halim konsisten dengan peci hitam, baju koko putih dan celana hitamnya dalam setiap

<sup>24</sup>Ibid

<sup>25</sup>Ibid

penampilannya di panggung depan selama proses pencalonan Gubernur Banten 2017. Hal tersebut dapat kita identifikasi dari pernyataan H. Wahidin Halim,

*“Kan saya menghadapi kontestasi politik, sudah seharusnya membenamkan memori yang kuat pada masyarakat banten dengan simbol yang mudah di ingat. Baju, peci, dan celana yang simple sangat mudah diingat. Ingat, masyarakat Banten adalah masyarakat religious, sehingga peci dan baju koko adalah simbol yang bisa mendekatkan pemimpin dengan masyarakatnya. Apalagi peci khas kiai Uci, bagi saya sudah jadi simbol banten. Hehehe”<sup>26</sup>*

Hal senada juga diungkapkan oleh CEO WH Center, Bang Ahmad Jazuli Abdillah,

*“justru itu yang susah, pak WH susah diatur oleh aturan foto jurnalistik, dia melawan protokoler, berbeda dengan mainstream. Foto misalnya kan banyak modelnya, tapi ya dia pengennya itu aja, emang chemistry nya disitu, dengan*

*kokoh nya dengan peci nya itu. Yah itu. kalau untuk diruang formal, diruang public, dimana ada kaitannya dengan pilgub untuk memudahkan bagi orang lain mengingat WH-nya, memang selalu seperti itu, misalkan dengan peci hitamnya yang agak melengkung khasnya Abah Uci-cilongok, baju putih koko, kan sejalan dengan masyarakat Banten kan masyarakat yang agamis, ya”<sup>27</sup>*

Bahkan H. Abdul Syukur, Mantan calon Walikota Tangerang, yang sekarang berdiri sebagai Pembina ASC (Abdul Syukur Center) yang sekaligus adik kandung H Wahidin Halim menyatakan bahwa Pak WH sudah menjadikan gaya berpakaianya sebagai *trend mark* dirinya semenjak menjadi Walikota Tangerang, bukan hanya pada saat pencalonan Gubernur Banten. Sebagaimana pernyataan beliau, *“Setahu saya model baju beliau itu sudah dari zaman beliau menjadi Walikota Tangerang”<sup>28</sup>*

<sup>26</sup> Wawancara dengan DR. H. Wahidin Halim, M.Si., Selasa, 30 januari 2017. Pukul. 21.30 WIB

<sup>27</sup> Wawancara dengan Ahmad Jazuli Abdillah, M.Si. CEO WH Center, Rabu, 31 januari 2017 pukul. 10.40 WIB

<sup>28</sup> Wawancara dengan H. Abdul Syukur, Pembina ASC, Kamis, 09 Februari 2017. Pukul 22.30 WIB



Gambar 5.7

Penampilan WH dengan songkok/peci hitam melengkung di atasnya, baju koko putih dan celana hitam

**Manner** (gaya bertingkah laku, misalnya cara berjalan, duduk, berbicara, memandang, dll). Wahidin Halim, juga memberikan kesan pada khalayak, dengan tingkah laku, cara duduk, tingkah laku dll. Dari hasil observasi peneliti, kami temukan perbedaan cara bertingkah laku WH antara di ruang publik dan ruang *private*, misalnya seperti cara berbicaranya, cara bercandanya, gesture, gaya duduk dan lain-lainnya. Hal ini dikuatkan dengan pernyataan Calon gubernur Banten H. Wahidin Halim, di kediamannya,

*“ya dari dulu saya begini ini, ga ada yang berubah, gaya bicara saya ya begini, gaya pakaian dari dulu memang begini...Cuma namanya birokrat ya harus ada perbedaan bagaimana berbicara dan bersikap di forum resmi*

*dan bukan resmi. Kalau disini ngomong gua, elo kan ga papa... klo di forum resmi kan ga pantes.”<sup>29</sup>*

Jadi bahasa baku lebih ditekankan pada forum-forum resmi, berbeda dengan yang beliau tampilkan diruang sosial lainnya, guyonan ala betawi, candaan, lebih banyak digunakan dalam cara bicara sehari-hari.

Tak jauh berbeda dengan pendapat sebelumnya, Ibrahim, Lc., M.Si., lebih menekan perbedaan cara berbicara H. Wahidin Halim di ruang publik dan ruang *private* pada intonasi/*paralinguistic*, seperti yang beliau ungkapkan pada kesempatan wawancara di WH Center,

*“sangat,, sangat. Jangankan sehari-hari, dalam forum resmi saja pertama mendengar beliau bicara langsung tahu kalau beliau orang betawi dengan gayanya, meskipun dengan apa*

<sup>29</sup>Wawancara dengan DR. H. Wahidin Halim, M.Si., Selasa, 30 januari 2017. Pukul. 21.30 WIB

namanya,, hemm...intonasi yang lebih halus”<sup>30</sup>

Namun, dalam penulisan *quote* di Twitter dan *facebook* WH secara langsung tidak ikut terlibat, karena beliau sudah memberikan kepercayaan sepenuhnya pada tim pemenang yang sudah beliau bentuk, seperti ungkapan WH dalam wawancara peneliti, *perubahan untuk Banten, mi*”<sup>31</sup>.

“kan tidak mungkin semua waktu saya hanya ada didepan media sosial. Jadi yang lebih banyak bergerak tentu tim. Baik upload photo, video, buat note, dll. Dan yang luar biasa sebenarnya bukan hanya tim, yang diluar dugaan saya ternyata banyak inisiatif pribadi relawan-relawan yang diluar tim WH center, menjalankan akun-akun maupun group secara aktif tanpa sepengetahuan kami, itu karena mereka berharap banyak ada angin segar



Gambar 5.8  
*Quote* WH di Twitter dan Facebook

<sup>30</sup> Wawancara dengan M. Ibrahim, Lc. M.Si ., Protokoler WH, Jumat, 03 Februari 2017 Pukul. 13.40 WIB

<sup>31</sup>Wawancara dengan DR. H. Wahidin Halim, M.Si., Selasa, 30 januari 2017. Pukul. 21.30 WIB



Gambar 5.9

Beragam gaya prilaku dan Gesture WH di Penggung Depan

2. Keterlibatan dalam Peran

Wahidin Halim, meskipun secara utuh beliau memberikan kepercayaan pada tim pemenang dalam membentuk konsep dirinya di media sosial, namun beliau tetap ikut memantaunya, sebagaimana yang beliau sampaikan dalam wawancara bersama peneliti,

*“Tentu saya pribadi ikut turun langsung mengecek tracking, laporan-laporan tim, dll. Disana saya temukan efektifitas media sosial sangat luar biasa. Bahkan sebelum kegiatan debat pertama, tracking media social kami jauh lebih massif dibandingkan competitor.”<sup>32</sup>*

3. Pewujudan idealisasi harapan orang lain dalam perannya

Dalam mewujudkan idealisasi harapan orang lain dalam perannya, tim pemenang lebih jauh melakukan survey dulu terhadap apa yang dibutuhkan oleh masyarakat Banten, seperti yang diuraikan oleh Ahmad jazuli Abdillah, CEO WH Center,

*“...kita kan berangkat dari rekomendasi survey, dan rekomendasi survey mengatakan bahwa WH tidak bisa terlepas dari prestasi dan keberhasliannya dalam kepemimpinan sebelumnya sebagai Walikota Tangerang dua periode. Lalu kita intip dihasil survey pemimpin seperti apa se.. yang*

<sup>32</sup>Wawancara dengan DR. H. Wahidin Halim, M.Si., Selasa, 30 januari 2017. Pukul. 21.30 WIB



*dibutuhkan di Banten ya... ternyata hasil rekomendasi menunjukkan, yang dibutuhkan oleh Banten adalah pemimpin yang berpengalaman, dan pengalaman yang dimaksud adalah pemimpin yang mampu, nah, mampu yang seperti apa...itu harus kita terjemahkan. Sehingga data-data dan catatan yang menunjukkan kelebihan pak WH kita keluarkan, kita dorong di media sosial. Misalnya, bahwa pak WH adalah sebagai orang yang sukses dalam memimpin Tangerang selama 2 priode, penghargaan-penghargaan yang beliau dapatkan...rangkaiannya pengalaman birokrasinya, seperti 13 tahun menjadi kepala desa, jadi camat, itu kan hampir ga ada pemimpin yang pernah mengisi semua jenjang seperti pak WH. Dari kepala desa, kasi kabag, camat, Asda. Ada banyak orang dari kepala desa terus jadi wali kota, tapi dia nga pernah jadi camat, kaya Aat Syafaat, dari kepala desa masuk parpol, nyalon walikota dia jadi. Dari sisi akademis WH punya kekuatan, bahwa dia itu Doktor, yakan. Sisi pribumi atau orang asli juga kita tonjolkan bahwa dia orang banten asli atau putera daerah. Apalagi kalau berhadapan dengan rano kan, rano satu KTP nya KTP Jakarta, dia mah kelahiran Jakarta, besar di Jakarta. Sampai hari ini isu itu kita endorsed betul, bahwa rano bukan orang banten, tinggal bukan di banten, lahir bukan di banten, nyoblosnya nyoblos Ahok, kan begitu...hahaha”<sup>33</sup>*

Dari hasil wawancara diatas kita dapat temuan,

yang pertama, bahwa perwujudan harapan yang dilakukan oleh WH adalah dengan melakukan pengamatan terlebih dahulu terhadap apa yang diinginkan oleh masyarakat Banten pasca-Atut.

Kedua, perwujudan harapan tersebut juga ditonjolkan dari jenjang karir birokrat dan politik WH, yang benar-benar memulai dari bawah, dan mampu mengisi seluruh jenjang karir/eselon di birokrasi, khususnya wilayah Kota Tangerang.

Ketiga, WH adalah salah satu putera pribumi Banten, berbeda dengan kompetitornya yang tinggal di Jakarta dan ber-KTP Jakarta, dan tentu akan memilih di Jakarta.

Dari ketiga harapan diatas diwujudkan oleh WH dengan simbol-simbol pakaian yang digunakan, seperti peci hitam khas Kiai Uci-cilongok, yang beliau anggap sebagai simbol Ulama Banten, pakaian koko putih yang dimaknai sebagai bersih, suci, bebas korupsi dan sangat sejalan dengan masyarakat Banten yang sangat agamis. Celana hitam, warna netral dan terkesan formal dan birokratis.

#### 4. *Mystification/* Pemeliharaan jarak

---

<sup>33</sup>Wawancara dengan Ahmad Jazuli Abdillah, M.Si. CEO WH Center, Rabu, 31 Januari 2017 pukul. 10.40 WIB

Wahidin Halim tidak menampik, bahwa akan ada jarak tertentu yang menjadi pemisah antara ruang publik dan ruang privat, namun beliau menegaskan, adanya jarak ini bukan karena ingin membuat jarak dengan masyarakat, namun karena adanya keterbatasan-keterbatasan yang pada akhirnya akan menjadi jarak antara pemimpin dengan rakyatnya, sebagaimana yang beliau ungkapkan,

*“nah, hal ini yang memang sulit untuk kita hilangkan dari stigma masyarakat. Dari dulu kamu tau, selama saya menjadi walikota, apa saya orang yang sulit ditemui? Tidak kan? Adanya protokoler dll, memang seakan menjadi sekat antar saya dengan masyarakat, tapi hal tersebut kan aturan negara yang dijamin undang-undang karena adanya kemaslahatan. Jadi bukan ingin mengatur jarak, namun karena tingkat tekanan, banyaknya kepentingan dan lain-lain yang membuat mau tidak-mau akan ada prioritas dan bukan prioritas. Tapi yang jelas, sedikitpun tidak ada kesengajaan saya menjaga jarak, bahkan harapan saya, saya bisa lebih dekat dengan masyarakat banten.”<sup>34</sup>*

## PEMBAHASAN

Subjek penelitian ini adalah Wahidin Halim, salah satu calon Gubernur Banten 2017 yang berpasangan dengan Andhika Azrumi. Sementara, teori yang

peneliti gunakan adalah teori dramaturgi Erving Goffman. Dengan teori ini kita dapat mengetahui bagaimana pengelolaan kesan yang dilakukan oleh Wahidin Halim pada panggung depan (*front stage*) yaitu, di media sosial Twitter dan Facebook selama beliau mencalonkan diri sebagai Gubernur Banten, serta panggung belakang (*back stage*) yaitu kehidupan di panggung belakang atau kehidupan sehari-harinya.

Peneliti melakukan penelitian langsung, dengan melakukan observasi terhadap kedua media sosial Twitter dan Facebook Wahidin Halim, serta melakukan observasi ke dalam lingkungan dan kegiatan beliau. Selain itu, peneliti juga mewawancarai Wahidin Halim, serta informan lain yang memiliki keterkaitan dengan aktivitas beliau dalam proses pencalonan Gubernur Banten, seperti, Ahmad Jazuli Abdilla (CEO WH Center), M. Syafril (Humas WH Center), M. Ibrohim (Protokoler Wahidin Halim), dan Abdul Syukur (Adik Wahidin Halim).

Selama kurun waktu penelitian, peneliti memperhatikan dan mengikuti perilaku komunikasi Wahidin Halim dan WH Center dalam mendorong WH agar dekat dengan masyarakat lewat media sosial. Proses pemantauan ini peneliti lakukan, baik dengan memantau Twitter

---

<sup>34</sup>*Ibid*

dan Facebook, maupun berinteraksi langsung dengan WH dan kegiatan Relawan di WH Center.

### **Panggung Depan (*Front Stage*)**

#### 1. Penampilan Muka

*Setting.* Dalam hal ini WH cukup konsen dalam mengelola media sosial, sebagai sebuah keniscayaan dalam peta perpolitikan kekinian. WH secara pribadi menggunakan akun media sosial sebagai kendaraan pencitraan politiknya, bahkan dibantu oleh tim dan relawan lainnya guna mendekati dan memperkenalkan beliau pada masyarakat dalam proses pencalonan Gubernur Banten tahun 2017. Ternyata WH memilih Facebook dan Twitter karena paling banyak digunakan, bahkan hingga akhir kampanye WH fokus menggunakan FB dan *Twitter* sebagai alat perkanalan diri dan kampanyenya, bahkan jauh hari sebelum pencalonan dirinya.

*Appearance.* Wahidin Halim konsisten dengan peci hitam, baju koko putih dan celana hitamnya dalam setiap penampilannya di panggung depan selama proses pencalonan gubernur banten 2017. *Bahkan*, WH sudah menjadikan gaya berpakaianya sebagai *trend mark* dirinya semenjak menjadi Walikota Tangerang, bukan

hanya pada saat pencalonan Gubernur Banten.

*Manner.* Bahasa baku lebih ditekankan pada forum-forum resmi, berbeda dengan yang beliau tampilkan diruang sosial lainnya, *guyonan* ala Betawi, candaan, lebih banyak digunakan dalam cara bicara sehari-hari, selain itu perbedaan yang mendasar juga terlihat pada penggunaan intonasi/ *paralinguistic*. Namun, berkenaan dengan penulisan *quote* di Twitter dan *facebook* WH secara langsung tidak ikut terlibat, karena beliau sudah memberikan kepercayaan sepenuhnya pada tim pemenang yang sudah beliau bentuk.

#### 2. Keterlibatan dalam Peran

Wahidin Halim, meskipun secara utuh beliau memberikan kepercayaan pada tim pemenang dalam membentuk konsep dirinya di media sosial, namun beliau tetap ikut memantaunya. Bahkan keterlibatan WH dalam berpakaian, berperilaku, berbicara dan lain sebagainya, bukanlah hasil “bungkusan” tim, melainkan hal tersebut sudah menjadi karakter dirinya. Sehingga, WH memang tidak perlu menjadi “orang lain” dalam menampilkan dirinya dihadapan khalayak, bahkan WH termasuk orang

yang sangat sulit “dibungkus” dan diatur-atur untuk masalah pakaian, gesture, gaya bicara, *angle photo* dll. Meskipun demikian ternyata ada kebiasaan WH yang berubah dalam beberapa waktu ini, hasil dari arahan dan masukan dari tim, yaitu kebiasaan beliau yang suka menutup mulut saat berbicara, yang akhirnya membuat hasil foto menjadi tidak *goodlooking*, dan selama proses pencalonan Gubernur Banten 2017 kebiasaan itu berubah.

3. Pewujudan idealisasi harapan orang lain dalam perannya

Dalam hasil penelitian ini kami temukan ada tiga perwujudan idealisasi harapan orang lain dalam peran WH, diantaranya,

yang *pertama*, mencitrakan diri sebagai pemimpin yang berpengalaman, hal tersebut diterjemahkan dengan mengedepankan dan menonjolkan prestasi-prestasi WH selama menjabat Walikota Tangerang selama 2 periode.

*Kedua*, mencitrakan diri sebagai pemimpin yang memahami seluruh seluk-beluk pemerintahan yang beliau ditonjolkan dari jenjang karir birokrat dan politik WH, yang benar-benar memulai dari bawah, dan mampu mengisi seluruh jenjang karir/eselon

dibirokrasi, khususnya wilayah Kota Tangerang.

*Ketiga*, WH adalah salah satu putera pribumi Banten, berbeda dengan kompetitornya yang tinggal di Jakarta dan ber-KTP Jakarta, dan tentu akan memilih di Jakarta.

Dari ketiga harapan diatas diwujudkan oleh WH dengan simbol-simbol pakaian yang digunakan, seperti peci hitam khas Kiai Uci-cilongok, yang beliau anggap sebagai simbol Ulama Banten, Pakaian Koko Putih yang dimaknai sebagai bersih, suci, bebas korupsi dan sangat sejalan dengan masyarakat Banten yang sangat agamis. Celana hitam, warna netral dan terkesan formal dan birokratis. Hal ini yang diharapkan bisa mencuri perhatian masyarakat, untuk menghadirkan pemerintahan yang bersih, agamis, birokratis dan berkembang secara komprehensif dari beragam lini.

4. *Mystification*/ Pemeliharaan jarak

Wahidin Halim tidak menampik, bahwa akan ada jarak tertentu yang menjadi pemisah antara ruang publik dan ruang privat, namun beliau menegaskan, adanya jarak ini bukan karena ingin membuat jarak dengan masyarakat, namun karena adanya keterbatasan-keterbatasan yang

pada akhirnya akan menjadi jarak antara pemimpin dengan rakyatnya.

### ***Impression Management***

Dalam pandangan Goffman mengenai dramaturgi terdapat istilah *impression management*. Goffman melihat, bahwa ada perbedaan *acting* yang besar pada saat aktor berada di atas panggung (*front stage*) dan di belakang panggung (*back stage*) drama kehidupannya. Kondisi di panggung depan adalah sebuah kesadaran akan adanya penonton yang melihat pertunjukan, dan aktor sedang berada dalam bagian dari pertunjukan. Sehingga, perilaku aktor seringkali dibatasi oleh konsep-konsep drama yang bertujuan untuk membuat drama yang dapat menciptakan *impression management* atau pengelolaan kesan sesuai dengan apa yang diinginkan. Sementara, panggung belakang adalah keadaan pada saat aktor berada dibelakang panggung dengan kondisi bahwa tidak ada penonton.

Dari hasil penelitian yang peneliti dapatkan, baik observasi, wawancara dan dokumentasi, peneliti mendapatkan bahwa telah terjadi pengelolaan kesan yang masif dalam proses pencalonan Gubernur Banten H. Wahidin Halim di media sosial Twitter dan *facebook*. Di panggung depan WH mampu mengenalkan dirinya sebagai sosok yang berpengalaman, memiliki integritas

dengan torehan prestasinya, serta meyakinkan dapat melakukan perubahan bagi Banten dengan visi dan misi yang selalu di *blow up* melalui media sosial. Selain itu, WH juga secara konsisten mampu membenamkan memori cukup kuat dalam benak khalayak dengan *style* berpakaian yang tidak pernah berubah selama proses pencalonan, bahkan sejak masih menjadi Walikota Tangerang.

Kita dapat perhatikan dari unggahan-unggahan foto dan *quote* beliau di Twitter dan Facebook pesan-pesan religius, serta motivasi-motivasi kepemimpinan, cukup banyak menghiasi Twitter dan *facebook*nya. Tidak kurang pula sederet prestasinya selama menjabat menjadi walikota selama 2 periode berturut-turut, serta rangkaian jenjang karir birokrasinya yang dapat dikatakan sangat langka, ada seorang pemimpin daerah yang memiliki jenjang karir birokrasi sedetil WH, hal tersebut berulang-ulang dikuatkan dari Twitter dan *facebook* Wahidin Halim.

### **SIMPULAN**

Wahidin Halim menggunakan media sosial sebagai salah satu alat pengenalan dirinya kepada masyarakat Banten. Media sosial yang digunakan adalah Twitter dan *facebook*. Dari hasil

pembahasan peneliti dengan menggunakan teori dramaturgi Erving Goffman.

Peneliti mendapatkan bahwa telah terjadi pengelolaan kesan yang masif dalam proses pencalonan gubernur Banten H. Wahidin Halim di media Sosial Twitter dan *facebook*. Di panggung depan WH mampu mengenalkan dirinya sebagai sosok yang berpengalaman, memiliki integritas dengan torehan prestasinya, serta meyakinkan

dapat melakukan perubahan bagi Banten dengan visi dan misi yang selalu di *blow up* melalui media sosial.

Selain itu, WH juga secara konsisten mampu membenamkan memori cukup kuat dalam benak khalayak dengan *style* berpakaianya yang tidak pernah berubah selama proses pencalonan, bahkan sejak masih menjadi Walikota Tangerang.

## Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro., Lukiati Komala, Siti Karyanti, *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar Edisi Revisi*, Refika Offset, Bandung : 2014
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana. Jakarta : 2007.
- Devito, Joseph A. *Komunikasi antar Manusia*. Tangerang: karisma Publishing group. 2011.
- Fisher, B. Aubrey. *Teori-Teori Komunikasi*, Remadja Karya CV, Bandung : 1986.
- Kuswarno, Engkus. *Metode Penelitian Komunikasi : Etnografi Komunikasi*, Widya Padjajaran, Bandung : 2008.
- Mulyana, Deddy. *Metode Penelitian*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung : 2005.
- Rakhmat, Jalaluddin., *Psikologi Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung: 2011
- Sunaryo. 2004. *Psikologi untuk Keperawatan*. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC. *Pengantar Edisi Revisi*, Refika Offset, Bandung : 2014.
- Schlenker, B. 1980. *Impression Management. The Self-Concept, Social Identity, and Interpersonal Relation*. Monterey, CA.: Brooks/cole Publishing.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta. Bandung: 2015
- Suryawati, Indah. *Jurnalistik Suatu Pengantar : Teori dan Praktik*, Ghalia Indonesia, Bogor : 2014.
- West, Richard. *Pengantar Teori Komunikasi : Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika, 2008.

## Daftar wawancara

- Abdillah, Ahmad Jazuli., *Wawancara CEO WH Center*, Rabu, 25 Januari 2017
- Halim, Wahidin., *Wawancara Calon Gubernur Banter*, Selasa, 30 Januari 2017
- Ibrahim, M., *Wawancara Protokoler WH*, Jumat, 03 Februari 2017
- Syafril, M., *Wawancara Kabid Humas WH Center*, Sabtu, 28 Januari 2017
- Syukur, Abdul., *Wawancara Pembina ASC*, Kamis, 09 Februari 2017

## Daftar Online

<https://m.tempo.co/read/news/2016/09/22/078806447/pilkada-banten-pertarungan-pro-dinasti-melawan-anti-dinasti> diakses pada Rabu, 16 November 2016

<http://poskotanews.com/2016/09/27/pilgub-banten-rano-emas-unggul-di-survei-wh-andhika-berbagi-wilayah/> diakses pada Rabu, 16 November 2016

<https://id.wikipedia.org/wiki/Twitter> diakses pada senin, 06 Februari 2017

<http://pengertiandefinisi.com/pengertian-facebook-dan-sejarah-pendirian-facebook/> diakses pada senin, 06 Februari 2017

<http://kbbi.web.id/calon> diakses pada rabu, 16 November 2016

<http://kbbi.web.id/gubernur> diakses pada Rabu, 16 November 2016

<https://sinaukomunikasi.wordpress.com/2011/08/20/interaksi-simbolik/> diakses pada senin, 06 februari 2017