

Penyingkapan Diri Ibas Yudhoyono Dalam Instagram Dan Reaksi Ani Yudhoyono Terhadap Postingan Instagram Ibas

Suzy Azeharie dan Wulan Purnama Sari

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara
Email: zehariesuzy@yahoo.com, wulanps@fikom.untar.ac.id

Abstrack

Edy Baskoro Yudhoyono's or well known as Ibas is the youngest son of the former President SBY and currently active as a politician for Democratic Party and member of Parliament. Thus it is important for Ibas as a political actor to do self-disclosure and convey political messages through his social media accounts. The main object of this paper is Ibas's post in his Instagram account as a media for unveiling himself. This paper will also discuss about Mrs. Ani Yudhoyono or Ibas's mother, the former first lady, in given response and reaction on the Ibas's post. Methodology used for data collection in this paper is content analysis. The results of the content analysis show that Ibas was frequently post pictures of his family than his political activities. Moreover Ibas himself never respond to all incoming comments from his followers. Eventhough it was positive comments. Surprisingly, reaction and response was given by Mrs. Ani Yudhoyono. In many of Ibas's post, Mrs. Ani Yudhoyono was sharp and yet keen on responding to the comments coming from Ibas's followers. Mrs. Ani Yudhoyono response was often received disapproval and negative comments from other followers, because to their concern Mrs. Ani Yudhoyono was not using the right grammar of English and this eventually led to a hot debate between fellow follower's comments. The final conclusion that can be obtained is Ibas did not make his Instagram account as a media unveiling herself but only using his account as a medium for sharing photos. Which appear to be more active in doing communication and self-disclosure is Mrs. Ani Yudhoyono herself.

Keywords: *Self-Disclosure, Social Media, Instagram, Qualitative Content Analyisi.*

Abstrak

Edy Baskoro Yudhoyono atau lebih dikenal dengan nama Ibas merupakan putra bungsu dari mantan presiden SBY dan saat ini aktif sebagai politikus Partai Demokrat dan juga anggota DPR RI. fokus utama dalam penelitian ini adalah postingan Ibas dalam akun instagramnya yang merupakan sarana untuk penyingkapan dirinya, serta bagaimana reaksi Ibu Ani Yudhoyono mengenai postingan-postingan Ibas tersebut. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi. Berdasarkan hasil analisis isi yang dilakukan diperoleh hasil bahwa Ibas lebih sering melakukan posting tentang keluarganya daripada mengenai kegiatan politiknya. Selain itu Ibas tidak pernah sekalipun merespon semua komentar yang masuk dari para follower-nya, baik itu komentar baik ataupun mencela. Respon aktif justru diberikan oleh Ibu Ani. Ibu Ani memberikan komentar dalam bahasa inggris untuk merespon komentar-komentar yang masuk kedalam postingan Ibas. Respon Ibu Ani ini seringkali mendapat celaan dari para follower lainnya, karena dianggap tidak sesuai dengan tata bahasa inggris dan pada akhirnya berujung pada perang komentar

antar sesama follower. Kesimpulan akhir yang dapat diperoleh adalah Ibas tidak menjadikan akun instagram sebagai media penyingkapan dirinya, instagram hanya digunakan Ibas sebagai media untuk berbagi foto, dan yang tampak aktif melakukan komunikasi dan penyingkapan diri adalah Ibu Ani.

Kata kunci: Penyingkapan Diri, Media Sosial, Instagram, Analisis

Pendahuluan

Edhie Baskoro Yudhoyono atau menyebut dirinya sendiri Ibas atau sedang mempopulerkan akronim namanya sebagai EBY merupakan putra bungsu mantan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono sekaligus anggota DPR terpilih tahun 2014 mewakili Daerah Pemilihan VII yang meliputi Ngawi, Magetan, Pacitan, Ponorogo dan Trenggalek. Pendidikannya terakhir adalah dari Nanyang Techonology University dengan major International Political Economy. Sementara karir politiknya dimulai sebagai Sekretaris Jenderal Partai Demokrat periode 2010-2015 mendampingi Anas Urbaningrum. Sebelumnya ia adalah Ketua Departemen Kaderisasi DPP Partai Demokrat.

Sekitar pertengahan tahun 2011, Ibas mulai menggunakan akun Instagram dengan nama *buzz_24*. Angka 24 mengacu pada tanggal lahirnya yaitu 24 November 1980. Sampai tulisan ini dibuat tanggal 5 Maret 2015, Ibas telah memposting 371 post dengan postingan terakhir pada minggu ketiga bulan Januari 2015. Jumlah *followers*nya 135 ribu orang akan tetapi hanya *memfollow* 11 orang yaitu: Audy Wardhana (suami Azima Rajasa), Reza Rajasa (kakak dari Aliyah Rajasa), Boneka (akun milik Annisa Pohan), Agus Yudhoyono, Ani Yudhoyono, Annisa Pohan, Azima Rajasa (adik Aliyah Rajasa), Beautiful Destinations, Okke Rajasa, Rasyid Rajasa dan Aliyah Rajasa. Kesemua nama yang diikuti di atas kecuali Beautiful Destinations merupakan keluarga dekat Ibas. Tulisan ini akan mencoba menganalisis postingan Ibas di akun Instagramnya dan mengkaitkannya dengan teori penyingkapan diri. Sebagai seorang yang bergelut dalam dunia politik, postingan Ibas menarik untuk diteliti dan dianalisis. Selain itu, akan dibahas juga mengenai reaksi Ani Yudhoyono selaku ibunda Ibas Yudhoyono terhadap tiga buah postingan foto yang *diposting* dalam Instagram Ibas Yudhoyono. Mengapa tiga foto ini yang diambil karena dalam tiga buah foto ini Ani Yudhoyono memberikan reaksi yang cukup menarik untuk diamati dan relatif banyak memperoleh tanggapan dari masyarakat.

Pertanyaan utama yang ingin dijawab adalah bagaimanakah Ibas menyingkapkan dirinya? Hal-hal apa saja yang ia singkap kepada publik? Bagaimana ia merespons pesan-pesan yang ditujukan kepadanya melalui akun Instagram? Sebab sebagai media yang konvergen Instagram juga dapat dimasukkan sebagai komunikasi antar personal. Media konvergen sendiri merupakan gabungan antara media komunikasi tradisional maupun internet. Dan untuk mengatakan bahwa sebuah komunikasi antar personal itu efektif, maka menurut Joseph A.DeVito (1989) seperti yang dikutip dalam tulisan Alo Liliweri (1997) ditandai oleh lima aspek yaitu yang pertama adalah keterbukaan, lalu adanya empati, dilanjutkan dengan sikap mendukung, dan kemudian adanya sikap positif dan terakhir adanya aspek kesetaraan. Pertanyaan lain adalah bagaimanakah reaksi Ani Yudhoyono terhadap foto yang *diposting* oleh Ibas.

Pada kurang lebih dua dekade terakhir ini *internet* muncul sebagai media baru yang digunakan orang untuk berkomunikasi. Kemunculan media baru ini tidak ayal lagi telah menggeser penggunaan media tradisional seperti media cetak dan elektronik lainnya. Pengantar pos yang sekitar 10 tahun yang lalu masih dapat dilihat berkeliling mengantarkan surat dengan menggunakan sepeda kemudian berganti sepeda motor berwarna oranye terang kini hampir tidak pernah melintas lagi. Sebab pertukaran kabar kini dilakukan melalui *internet* misalnya dengan *Whatsapp*, *BBM*, *Line*, *Skype*, *Email*, *Viber*, atau melalui berbagai media sosial yang ada seperti *Twitter*, *Instagram* atau *Facebook*.

Kehadiran media baru dalam format yang lebih efisien dapat menembus ruang dan waktu dalam format yang relatif lebih sederhana. Dunia seakan ada bersatu di bawah jempol jari seseorang. Hal tersebut dikatakan pula oleh Marshall McLuhan dalam buku Apriadi Tamburaka yang mengatakan bahwa dampak hadirnya media baru adalah terwujudnya konsep *global village*. Hal tersebut disebabkan komunitas dunia maya terbentuk akibat jaringan *internet* yang menghubungkan antara komputer satu dengan komputer lain dan antara gadget yang satu dengan gadget yang lain (Tamburaka, 2013). Manusia sekarang dapat bertukar informasi dalam dunia virtual yang tidak dibatasi oleh ruang dan waktu.

Berhubungan melalui *internet* di dunia digital menjadi sangat menyenangkan karena menurut Ardianto, Komala dan Karlinah, *internet* dapat dijadikan tempat penyimpanan yang sempurna dalam membuat siaga serta mampu menghimpun orang dalam jumlah yang masif dan utamanya lagi hal tersebut dilakukan secara elektronik (Ardianto, 2012).

Situs Internet World Stats ini merupakan sebuah situs internasional yang melakukan penelitian mengenai penggunaan *internet* di lebih 233 negara. Dan dari hasil penelitian terungkap bahwa pengguna *internet* meningkat dari 1,15 milyar di tahun 2007 menjadi 2,27 milyar di awal tahun 2012 (Kusuma, 2013). Dari grafik di atas diketahui bahwa lebih banyak laki laki yang menggunakan *internet* daripada perempuan, yaitu 41% berbanding 37%. Yang menarik adalah di negara negara maju perbandingan antar gender itu semakin menipis yaitu 475 juta pengguna perempuan berbanding 483 juta pengguna laki laki. Akan tetapi di negara berkembang perbedaan pengguna *internet* berdasarkan gender ini cenderung meluas yaitu perempuan 826 juta dan laki laki 980 juta pengguna. Sementara data pengguna *internet* untuk Indonesia juga menunjukkan kemajuan yang signifikan. Data di bawah ini menunjukkan penggunaan *internet* pada tahun 2014:



Gambar 1: Pengguna Internet di Indonesia (Sumber :<http://id.techinasia.com/statistik-pengguna-internet-di-dunia-dan-indonesia-slideshow/>, diunduh tanggal 8 Oktober 2014 jam 11.35).

Dari grafik di atas nampak bahwa penggunaan *internet* di negara kita banyak dimanfaatkan untuk berkomunikasi melalui media sosial seperti melalui *facebook*, dengan 62 juta orang pengguna. Media sosial merupakan media *online* bagi para penggunanya sehingga menurut Prahastiwi Utari, para penggunanya dapat berpartisipasi dengan mudah sekaligus berbagi informasi dengan cara menyampaikan pesan kepada orang lain selain menyatakan komentar terhadap pesan yang diterima (Utari, 2011).

Sementara pendapat lain datang dari Asep Syamsul M. Romli yang mengatakan bahwa media sosial dipakai oleh penggunanya untuk menciptakan dan berbagi pesan yang bisa dikemas dalam jejaring sosial, blog maupun dunia virtual. Dengan menciptakan dan berbagi pesan tersebut maka pengguna media sosial menurut M. Romli mengajak semua orang yang tertarik untuk ikut serta dalam memberikan kontribusi dan memberikan *feedback* secara terbuka, berkomentar, berbagi mengenai informasi tentang apa saja maupun kapan saja dengan kecepatan penyebaran dalam hitungan detik. Dengan menggunakan media sosial maka para penggunanya mampu memenuhi kebutuhan untuk aktualisasi diri dan menciptakan *personal branding* (Romli, 2012). Istilah yang digunakan untuk kelompok ini adalah “eksis”. Karena para penggunanya dapat membuat profil diri sendiri dan membentuk jaringan pertemanan serta mengunggah foto pribadi sekaligus dengan cara demikian menyingkapkan diri kepada orang lain.

Walaupun seperti yang terlihat pada grafik di atas media sosial yang paling populer adalah *Facebook* tapi Instagram juga menjadi salah satu favorit pengguna media sosial di tanah air. Data dari Teknopreneur menunjukkan bahwa penggunaan Instagram meningkat 10 kali lipat dan diunduh hampir 250.000 kali per hari di Google Play dengan waktu rata-rata yang digunakan orang untuk berselancar di Instagram 257 menit dibandingkan dengan 170 menit untuk twitter (<http://www.teknopreneur.com/web-social-network/pengguna-aplikasi-instagram-meningkat-sepuluh-kali-lipat>).

Menurut *www. Tempo.com* Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang kini sedang menjadi *trend* dunia. Aplikasi Instagram ini memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagi hasil foto tersebut ke berbagai media sosial lainnya. Aplikasi Instagram memiliki kelebihan dibandingkan dengan aplikasi sejenisnya, karena salah satu fitur uniknya adalah dapat memotong foto menjadi bentuk persegi sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan Polaroid. Kelahiran aplikasi Instagram ini dimulai oleh dua orang pemikir kreatif bernama Kevin Systrom dan Mike Krieger. Pada tahun 2010 Systrom menghasilkan sebuah produk yang diberi nama Burbn, yang merupakan aplikasi dasar yang memiliki empat tab, penggunanya dapat “*move*” atau mengecek sesuatu yang baru dan juga dapat memposting rencana dan mengabarkan rencana. Aplikasi Burbn ini tidak begitu laku dikarenakan belum sempurnanya penggunaan HTML, yang justru terjadi adalah para pengguna Burbn aktif mengunggah foto biasa kehidupan sehari-harinya.

Dari sumber yang sama diketahui bahwa kemudian Systrom bertemu dengan Krieger yang melengkapi kekurangan Burbn. Kolaborasi kedua orang ini melihat trend para pengguna Burbn tersebut dan mulai mempelajari tentang aplikasi populer lainnya dari kategori fotografi. Akhirnya mereka merombak Burbn dan melahirkannya kembali tepat pada 20 September 2010, Systrom dan Krieger meluncurkan Instagram, yang hanya dalam waktu setahun Instagram sudah diunduh

oleh 31 juta pengguna. Kepopuleran Instagram yang terus meningkat ini juga mendorong nilai jualnya yang mencapai 1 miliar US ketika dibeli oleh *Facebook* pada tahun 2012 kemarin.

Nama Instagram berasal dari pengertian keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “Insta” berasal dari kata “Instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Sedangkan kata “Gram” berasal dari kata “Telegram”, karena cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Oleh karena itulah instagram berasal dari “Instan-Telegram” (www.gempak.org, tanggal 15 Mei 2014, diunduh tanggal 13 Oktober 2014 jam 09.26).

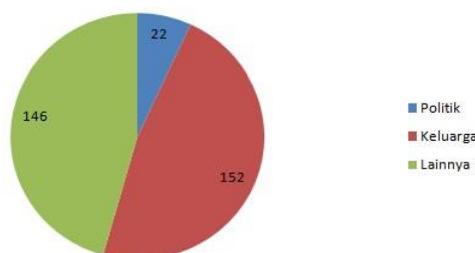
Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi. Sementara data tulisan ini dikumpulkan dari studi pustaka selain dari media *internet*, media cetak. Informasi dikumpulkan melalui buku-buku dan berbagai dokumen publikasi yang ada. Sementara penelusuran melalui *internet* memungkinkan didapatnya data dan informasi dengan cepat dan efisien.

Hasil Penemuan dan Diskusi

Sebagai makhluk sosial manusia tidak dapat tidak untuk berhubungan dengan manusia lain guna memenuhi kebutuhan fisik maupun sosial mereka. Oleh karena itu manusia harus mampu membina hubungan yang harmonis dengan sesamanya untuk menjamin kebutuhan mereka terpenuhi. Kebutuhan sosial yang akan menjadi pokok bahasan tulisan ini adalah kebutuhan manusia untuk dapat diterima oleh orang lain. Untuk dapat diterima maka terlebih dahulu manusia harus mengungkapkan dirinya pada orang lain.

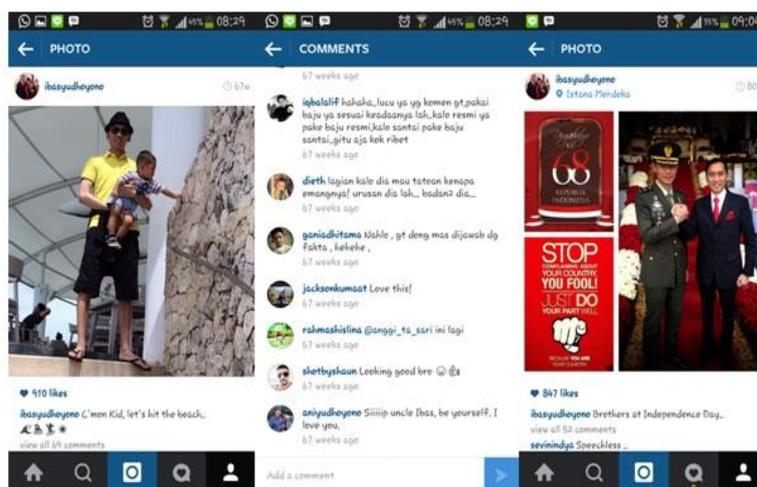
Penyingkapan diri tersebut lazim dikenal dengan istilah *self disclosure*. Richard West dan Lynn Turner dalam buku yang berjudul *Understanding Interpersonal Communication* mengatakan bahwa *self disclosure* merupakan bentuk komunikasi berwujud pesan tentang diri sendiri. Sehingga *self disclosure* terjadi ketika seorang individu menyampaikan pesan tentang dirinya sendiri kepada orang lain. Dan penyingkapan diri tersebut dilakukan secara sadar dan dilakukan dengan sengaja. Sementara menurut Fisher dalam Iriantara, *self disclosure* merupakan kajian komunikasi dari perspektif interaksional. Oleh karena itu perhatian utama dalam hal ini adalah aspek interaksi. Dalam interaksi ini pihak pihak yang terlibat adalah komunikator sebagai individu-sosial yaitu individu yang mengembangkan seluruh potensi kemanusiaannya melalui interaksi sosial (Iriantara, 2008).



Grafik 1: Analisis Isi Instagram Ibas Yudhoyono

Postingan Ibas mengenai kegiatan politiknya antara lain postingannya ketika ia bersepeda onthel dan sedang melambai pada masyarakat sekitar. Dari 22 buah postingannya maka postingan ini merupakan salah satu postingan yang ramai mendapatkan tanggapan *followersnya* karena Ibas menulis *caption* “silaturahim dan menyapa petani sayur mayur dengan sepeda ontel agar ketahanan pangan produktif terjaga”. Beberapa *followersnya* mempertanyakan apa hubungan antara mengendarai sepeda onthel dengan ketahanan pangan produktif? Akan tetapi, Ibas bergeming dan tidak menanggapi pertanyaan yang ditujukan kepadanya. Kenyataan bahwa komentar maupun pertanyaan yang diajukan *followersnya* tersebut tidak ia tanggapi, memperlihatkan bahwa Ibas tidak memiliki intensi untuk meningkatkan hubungannya dengan para *followersnya*.

Postingan lain yang dimasukkan dalam kategori postingan politik menunjukkan gambar Ibas sedang mengatupkan kedua tangannya dan mengucapkan Selamat Idul Fitri 1434 H. Sebuah postingan Ibas lainnya di atas yang diposting sekitar tiga bulan yang lalu menjadi bukti bahwa ia tidak berniat menjadikan hubungannya dengan *followersnya* menjadi hubungan yang bermakna. Ketika Ibas memposting gambar singkatan dirinya “EBY” salah seorang *followernya* yaitu Fahira Siregar menulis sebagai berikut, “Abg boleh minta say hbd buat aku ga yang ke 17?”. Akan tetapi Ibas bergeming dan tidak memberikan respons dengan mengucapkan selamat berulang tahun ke 17 kepada Fahira Siregar. Sebuah komunikasi interpersonal menurut Joseph DeVito dalam Alo Liliweri baru dapat dikatakan efektif bilamana di dalamnya terdapat keterbukaan, empati, bersifat mendukung, bersikap positif dan meletakan diri sejajar (Liliweri,1997).



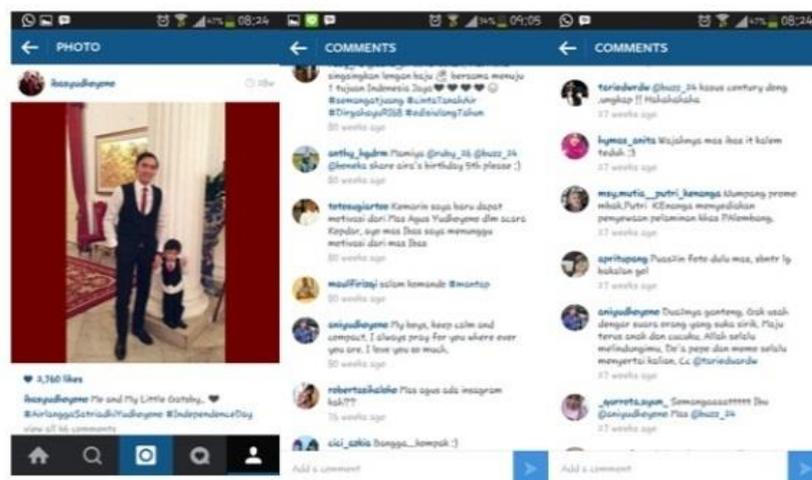
Gambar 3: Instagram Ibas Yudhoyono 2 (Sumber: data online instagram)

Apa yang membuat Ibas bersikap seperti itu? Padahal dia adalah politisi yang dalam Pemilihan Umum secara langsung memerlukan suara rakyat?. Penyebabnya bisa bermacam macam. Mungkin karena perkembangan teknologi komunikasi yang pesat dan membuat manusia menjadi lebih individual. Manusia juga didukung tingkat egoisme yang tinggi merasa dapat melakukan hal apapun tanpa orang lain. Dalam posisi Ibas sebagai anak Presiden dan petinggi Partai Demokrat mungkin ia merasa

mampu melakukan hal apapun tanpa bantuan orang lain. Penyebab lainnya mungkin karena Ibas merasa *followers*nya tidak setara, tidak *equal* dengan dirinya.

Hal lain yang menarik dari postingan foto Ibas adalah ternyata mantan Ibu Negara Ani Yudhoyono relatif tangkas dan cukup responsif dalam mengomentari foto foto postingan Ibas di media Instagram. Misalnya ketika Ibas memposting fotonya yang saat itu memakai kaos lengan pendek berwarna kuning dan celana pendek serta memakai sandal jepit kurang lebih 80 minggu yang lalu dan ia sambil menggendong anaknya, dengan judul posting “C’mon kid, let’s hit the beach”. Para follower Ibas mulai memberikan komentar seputar gossip yang selama ini menyebutkan bahwa Ibas memiliki tattoo, oleh karena itu ia tidak pernah mengenakan kemeja berlengan pendek. Salah satu follower Ibas yaitu @ganiadhitama mengomentari :”nahlo,gt dong mas dijawab dg fakta,hehehe”. Komentar lainnya datang dari @sophialacubak_season4 yang mengatakan “Mas ibas pake lengan panjang terus,mungkin ingin menutupi tubuhnya yg kurus. Malu dong ah,masa seorang anak presiden badannya cungring. Hehe makanya di tutup lengan panjang. Bukan karena mas Ibas ada tattoo. Bener kan mas?”

Ani Yudhoyono kemudian ikut “nimbrung” dengan memberikan komentarnya :”siiiiiip uncle Ibas, be yourself. I love you” yang bila dilihat secara keseluruhan tidak ada hubungan sama sekali dengan postingan Ibas tersebut. Dan hampir semua komentar Ani Yudhoyono tersebut dibumbui Bahasa Inggris untuk memberikan kesan bahwa Ani adalah seseorang yang berwawasan luas, intelek dan bisa bercakap Bahasa Inggris.



Gambar 4: Instagram Ibas Yudhoyono 3 (Sumber: data online instagram)

Komentar lainnya yang datang dari Ani Yudhoyono adalah ketika tanggal 17 Agustus 2013 Ibas memposting fotonya bersama kakaknya Agus Harimurti pada saat Perayaan Hari Ulang Tahun Kemerdekaan di Istana Merdeka dengan judul posting “Brothers at Independence Day”. Saat para follower Ibas mulai memberikan komentar seperti, @savinatuzzahro “kaka dan adik yang kompak”, atau @sintadhapsari “Aaawww kakak adik yang beda kerjaan tapi 1 tujuan. Lovee banget ya selalu kompak”. Maka Ani Yudhoyono mengomentari dengan cepat “My boys, keep calm and compact. I always pray for you where ever you are. I love you so much”. Komentar Ani Yudhoyono ini lalu dijadikan bulan bulanan olok olok karena

kalimat bahasa Inggris tersebut dianggap tidak sesuai dengan tata Bahasa Inggris. Selain itu pemilihan kata “compact” juga menjadi alasan olok-olok lainnya. Beberapa follower mengasosiasikan kata “compact” dengan *compact powder* atau juga *compact disc*. Tetapi ada juga beberapa follower yang berusaha membela komentar Ani Yudhoyono, yang pada akhirnya berujung dengan perang komentar oleh para follower baik yang membela maupun mengolok-olok.

Postingan lain yang mendapat komentar cukup pedas dari Ani Yudhoyono adalah ketika Ibas memposting foto sekitar lima bulan yang lalu ketika ia menggendong anaknya yang ia sebut “My Little Gatsby” dan kemudian ada yang mengomentari bahwa “Ayahnya aja ganteng apalagi anaknya”. Entah mengapa ibu Ani kemudian mengomentari “Dua2nya ganteng. Gak usah dengar suara orang yang suka sirik. Maju terus anak dan cucuku. Allah selalu melindungimu. Do’a pepo dan memo senantiasa menyertai kalian. Cc @tarieduardw”.

Simpulan

Media Instagram yang dimiliki Ibas Yudhoyono tidak ia jadikan sebagai media untuk melancarkan pesan politik maupun visi dia sebagai salah seorang politisi. Hal tersebut terbukti dari postingan foto yang bermuatan politik hanya ia posting sebanyak 22 buah dibanding postingan dia tentang keluarganya dan perjalanan pribadinya sebanyak 152 buah. Postingan terakhir pun dilakukannya sekitar minggu ketiga bulan Januari 2015 dengan *mengupload* foto anaknya. Ibas Yudhoyono belum mengoptimalkan pemanfaatan Instagram sebagai media berpolitiknya.

Sebagai seorang politisi dari Partai Demokrat dan sekarang menjabat sebagai Ketua Fraksi Partai Demokrat di DPR maka Ibas Yudhoyono tampaknya tidak memanfaatkan media sosial Instagram sebaik baiknya sebagai wahana untuk mendekatkan dirinya dengan *followersnya*. Hal tersebut terbukti dengan nyaris tidak pernah ia membalas pertanyaan maupun komentar para *followersnya*. Komentar dari ibunya juga tidak pernah ia tanggap. Tampaknya bagi Ibas Yudhoyono setelah ia memposting suatu foto maka persoalannya dianggap selesai.

Efektifitas komunikasi yang menurut DeVito meliputi lima aspek seperti keterbukaan, empati, mendukung, positif dan setara tidak tampak dari cara-cara Ibas dalam menggunakan media Instagram. Penyingkapan diri yang dilakukan dan menurut Iriantara meliputi elemen akrab, ada ganjaran, mengurangi ketidak pastian dan bersifat timbal balik juga tidak tampak dari pemakaian Instagram Ibas. Hal tersebut cukup aneh karena pada saat banyak sekali tokoh politik dunia maupun tokoh politik nasional yang menggunakan berbagai media sosial untuk meraih konstituen, mencoba meraih simpati konstituen, dengan mengirim pesan politik Ibas tampak tidak mepedulikan hal tersebut.

Sementara Ani Yudhoyono meski saat itu masih berstatus sebagai istri seorang Kepala Negara Republik Indonesia tapi tampaknya menganggap wajar menulis komentar di media sosial yang dapat dibaca siapapun dalam Bahasa Inggris. Alih alih membiasakan menggunakan Bahasa Indonesia secara benar dan menjadikan Bahasa Indonesia sebagai tuan rumah di negaranya sendiri, ibu negara (kala itu) malah menjadikan Bahasa Inggris sebagai tuan di negara ini. Selain itu reaksi yang sering terlontar dalam kalimatnya acapkali bernada menyerang yang seharusnya ditanggapi dengan tenang dan waskita.

Ucapan Terima Kasih

Peneliti menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah turut membantu dalam terlaksananya penelitian ini sampai dengan selesai.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro et al. (2005). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Iriantara, Yosol. (2008). *Komunikasi Antarpribadi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Liliweri, Alo. (1997). *Komunikasi Antarpribadi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Moleong, J.Lexy. (2005). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Romli, Asep Syamsul.M. (2102). *Jurnalistik Terapan*. Jakarta.
- Tamburaka, Apriadi. (2013). *Literasi Media*. Jakarta: Rajawali Press.
- West, Richard dan Lyn H Turner. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi : Analisis dan Aplikasi*. Jakarta:Salemba Humanika.
- www.tempo.co/read/news/2012/04/11/061396185/kisah-instagram-dari-0-ke-Rp-91-triliun
- <http://Internetworldstats.com/stats.htm>, diunduh tanggal 8 Oktober 2014 jam 08.30.
- Kompas.com tanggal 24 Desember 2012,diunduh tanggal 13 Oktober 2013 jam 08.15.
- www.gempak.org, tanggal 15 Mei 2014, diunduh tanggal 13 Oktober 2014 jam 09.26.
- Detik.Forum tanggal 24 November 2011,diunduh pada tanggal 13 Oktober 2014 pukul 08.05. <http://id.techinasia.com/statistik-pengguna-internet-di-dunia-dan-indonesia-slideshow/>,diunduh tanggal 8 Oktober 2014 jam 11.35