

# Konstruksi citra politisi selebriti untuk political marketing memanfaatkan weblog: Studi kualitatif weblogs Angelina Sondakh

Dini Mentari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=107030&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Adanya konvergensi peran selebriti dan politisi dalam membangun citra yang ditujukan sebagai alat memasarkan dirinya menjadi menarik untuk diteliti. Penggunaan media baru di internet seperti weblog, yang menonjolkan aspek personalitas, merupakan trend baru di kalangan selebriti, politisi ataupun gabungan keduanya (politisi selebriti). Seperti, keberhasilan blog Angelina Sondakh yang mengemukakan hubungan pribadinya dengan Adjie Massaid dan mendapatkan respon luar biasa dari pengunjung blog. Keberhasilan blog ini dijadikan Angie untuk melakukan political marketing bagi pekerjaan politiknya selama menjadi anggota legislatif.

Untuk mendalami fenomena ini, dilakukan penelitian yang dilakukan bertujuan melihat pola konstruksi citra selebriti politisi menggunakan weblog terutama sebagai alat melakukan pemasaran politiknya. Adapun yang menjadi model yang diteliti seperti disebutkan di atas adalah weblog Angelina Sondakh yang dikenal sebagai selebriti yang berhasil menjadi politisi pada Pemilu tahun 2004 dari partai demokrat.

Metodologi penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis, dengan aplikasi studi kualitatif memakai analisis framing metode Gamson dan Mondigliani untuk menganalisis teks dan melihat pola teks pencitraan yang dilengkapi dengan sudut pandang dari proses produksi blog serta analisis citra dari sudut pandang political marketing.

Adapun temuan penelitian dalam teks memperlihatkan bahwa ada upaya untuk menggeser citra yang diakukan Angelina Sondakh melalui blognya dari seorang selebriti menjadi seorang politisi. Upaya ini diperlihatkan melalui topik-topik yang diambilnya serta alat bukti framing lainnya yang menunjukkan, Angie adalah politisi yang memiliki dedikasi, semangat, pengabdian dan memiliki akar budaya bangsa. Pencitraan yang demikian sangat berguna bagi pemasaran dirinya sebagai politisi untuk menjaga citranya di depan publik.

Dalam tulisan mengenai diri serta aktifitasnya, ia melakukan konstruksi citra melalui proses eksternalisasi dalam konstruksi sosial seperti yang dikemukakan Luckman & Berger dalam *The Construction of Social Reality*. ia menawarkan agar realitas subjektif dirinya menjadi realitas objektif yang dipahami khalayak.

Penggunaan blog dalam political marketing citra Angelina Sondakh menghasilkan temuan bahwa blog efektif untuk membangun citra Angie sebagai selebriti terutama bagi kalangan media, namun masih kurang efektif untuk membangun citra politisi seperti yang diharapkannya. Dari segi proses produksi media untuk melakukan konstruksi citra, teori pada level meso produksi media seperti yang dikemukakan Shoemaker dan Reese (1996) tidak berlaku semua. Blog telah mengeliminasi banyak alder untuk melakukan konstruksi

citra. Dalam hal ini hanya penulis blog, spin doctor (jika ada) serta pembuat fitur teknologi yang mempengaruhi media dalam melakukan konstruksi realitas.

Karena penelitian ini penting untuk mengembalikan demokrasi pada substansinya dan mengeliminasi pencitraan yang akan merugikan khalayak/pemilih oleh para politisi, maka rekomendasi penelitian ini adalah untuk melihat sejauh mana peran partai dalam menyusupi citra partai melalui konstruksi citra salah satu anggotanya yakni Angelina Sondakh. Serta telaah, peran konstruksi citra kandidat yang lebih luas bagi pembangunan demokrasi dan budaya politik di Indonesia.