

ANALISIS ISI KUALITATIF GAYA KOMUNIKASI

BUPATI MUARA ENIM H. JUARSAH, SH

DI MEDIA SOSIAL FACEBOOK

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana Strata I
(SI)

Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Hubungan Masyarakat



Oleh :

DONIE ROMANZA

07031281722079

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2021

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF
ANALISIS ISI KUALITATIF GAYA KOMUNIKASI BUPATI MUARA
ENIM H. JUARSAH, SH DI MEDIA SOSIAL FACEBOOK

SKRIPSI

Oleh :

Donie Romanza

07031281722079

Telah dipertahankan di Depan Tim Penguji

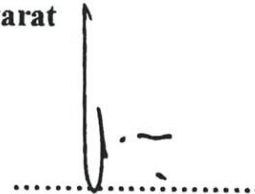
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

Pada tanggal 15 Juli 2021

Pembimbing I

1. Dr. Ir. H. Abdul Nadjib, M.A.

NIP. 196002091986031004



Pembimbing II

2. Erlisa Saraswaty, S.KPm, M.Sc

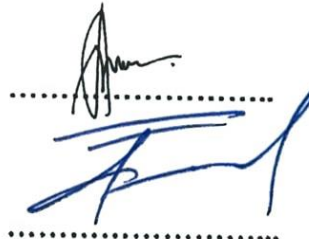
NIP. 199209132019032015



Penguji :

1. Dr. M. Husni Thamrin, M.Si

NIP. 196406061992031001

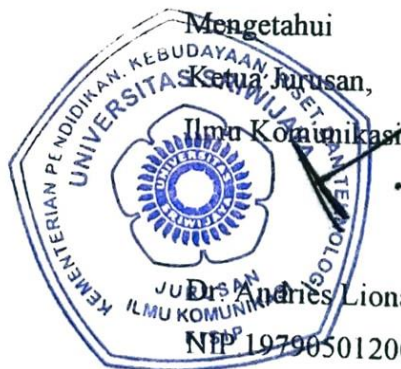


2. Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si

NIP. 198411052008121003



Prof. Dr. Kiagus M. Sobri, M.Si
NIP. 196311061990031001



Mengetahui
Ketua Jurusan,
Ilmu Komunikasi
Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

ANALISIS ISI KUALITATIF GAYA KOMUNIKASI
BUPATI MUARA ENIM H. JUARSAH, SH
DI MEDIA SOSIAL FACEBOOK

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh
Derajat Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi

Oleh :

Donie Romanza

07031281722079

Pembimbing I

1. Dr. Ir. H. Abdul Nadjib, M.Si

196002091986031004 (NIP)

Tanda Tangan



Tanggal

29/6-2021

Pembimbing II

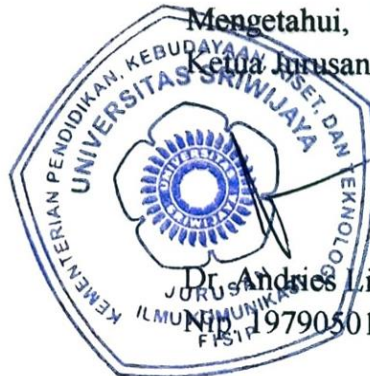
2. Erlisa Saraswati, S.KPM., M.SC

19209132019032015 (NIP)



28-06-2021

Mengetahui, 30/6-21
Ketua Jurusan,



Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

MOTTO

“ Kalu pacak saling bantu, Kalu idak saling do’a-ke jadilah “

“ Salam Kompak ”

(Donieromanza)

Skripsi ini Kupersembahkan kepada :

1. Kedua Orang tuaku tercinta, Ayahanda M.Aminudin,SH & Ibundaku Nazilawati, serta adik-adikku tersayang.
2. Diriku sendiri, Agama, Nusa dan Bangsa
3. Almamaterku Universitas Sriwijaya

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Donie Romanza
NIM : 07031281722079
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang 23 Januari 1997
Program Studi/Jurusan : Hubungan Masyarakat / Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis isi gaya komunikasi bupati muara enim
H. Juarsah, SH di media sosial facebook.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, Juli 2021
Yang membuat pernyataan,



Donie Romanza
NIM. 07031281722079

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis isi Kualitatif Gaya Komunikasi Bupati Muara Enim H. Juarsah, SH di Media Sosial Facebook” Skripsi ini disusun dalam memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan bergai pihak, oleh karena itu sebagai bentuk terima kasih, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE., selaku Rektor Universitas Sriwijaya
2. Prof. Dr. Kgs. M. Sobri, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
3. Prof. Dr. Alfitri, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
5. Dr. Ir. H. Abdul Nadjib, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia memberikan bimbingan dan nasihatnya selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Erlisa Saraswati, S.KPm., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, pikiran dan perhatiannya dalam memberikan bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Adi Inggit Handoko, M.I,Kom., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiranya dari awal proses penyusunan skripsi ini, terimakasih bapak sehat selalu.
8. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
9. Seluruh staf tata usaha Jurusan Ilmu Komunikasi Kampus Indralaya yang telah membantu dalam seluruh keperluan administrasi penulis.

10. Kedua orang tuaku yaitu Ayahanda M. Aminudin, SH dan Ibunda Nazilawati tercinta, terima kasih atas segala do'a, dukungan dan nasihat yang telah diberikan.
11. Kepada saudara-saudaraku yang telah memberikan dukungan, semangat dan motivasi.
12. Kepada sahabat-sahabatku yang telah direpotkan, terima kasih atas segala dukungan, bantuan dan motivasinya selama ini.
13. Kepada seluruh teman-teman jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik angkatan 2017. Terima kasih telah menjadi teman-teman seperjuangan selama menempuh pendidikan di jurusan Ilmu Komunikasi, semoga kita semua dapat menggapai impian masing-masing.

Berulang kali penulis sampaikan terima kasih kepada semua pihak walau tidak dapat disebutkan satu per satu telah membantu dan mendukung hingga selesainya penyusunan skripsi ini, dengan segala kerendahan hati mohon maaf atas segala kekurangan yang ada, kritik dan saran dari pembaca senantiasa terbuka untuk evaluasi dikemudian hari. Demikian semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk akademis maupun secara praktis.

Indralaya, Maret 2021

Penulis

ABSTRAK

Adanya media komunikasi berbasis digital atau media sosial melalui media online memberikan kemudahan bagi individu untuk berkomunikasi dalam jarak jauh, kita dapat terhubung kapanpun, dimanapun dan dengan siapapun. Media sosial dapat digunakan oleh siapapun, termasuk kepala daerah. Umumnya kepala daerah menggunakan media sosial sebagai sarana informasi, berkomunikasi dan memengaruhi opini rakyat. Penelitian ini melihat bagaimana gaya komunikasi yang diterapkan oleh H. Juarsah selaku kepala daerah di media sosial *facebook* miliknya, menggunakan teori gaya komunikasi dari Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss, 1998 dengan menggunakan metode kualitatif serta jenis data deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik analisis isi dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi yang diterapkan H. Juarsah di media sosial *facebook* miliknya yang paling kuat adalah gaya komunikasi *The Controlling style* (Gaya komunikasi mengendalikan), dengan indikator komunikasi satu arah dan mempersuasi orang lain atau komunikasi persuasif. Hal tersebut didapatkan dari hasil analisis 60 postingan di akun *facebook* milik H. Juarsah dengan periode Agustus 2020-Februari 2021.

Kata Kunci: Analisis Konten, Gaya komunikasi, H. Juarsah

ABSTRACT

The presence of digital based communication media or social media through online media provides a lot of convenience for individuals doing long distance communication, we are able to connect with people from whenever and wherever. Social media can be used by anyone, including of Local Leaders. Generally, local leaders will utilize social media as means of informations and tools for influence people's opinion. The aim of this research is to see how is communication style implemented by H. Juarsah as the local leaders in his social media Facebook's account. Using communication style theory by Steward L. Tubbs and Sylvia Moss 1998, this research uses qualitative methods and descriptive data. The data was collected through content analysis technique and documentation studies. The result of this study shows that the most dominant communication style implemented by H. Juarsah in his Social Media Facebook is The Controlling Style, with one way communication indicator and persuasive communication. This is proven by 60 posts analysis result in H. Juarsah's Facebook from August 2020 till February 2021 period.

Keywords: Content Analysis, Communication Style, H. Juarsah

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
MOTTO	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.1.1 Masifnya pengguna media sosial di Indonesia	2
1.1.2 Fenomena kepala daerah menggunakan media sosial	3
1.1.3 Facebook sebagai media komunikasi dan menanggapi keluhan publik	5
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Analisis isi	12
2.3 Media Sosial	13
2.3.1 Definisi Media Sosial	13
2.3.2 Karakteristik Media Sosial	15
2.3.3 Fungsi Media Sosial	16
2.3.4 Jenis-jenis Media Sosial	16
2.3.5 Facebook.....	17
2.4 Gaya Komunikasi	19
2.5 Teori-Teori Gaya Komunikasi	20

2.5.1 Teori Gaya Komunikasi menurut J.A. Waters.....	20
2.5.2 Teori Gaya Komunikasi menurut Cangara	21
2.5.3 Teori Gaya komunikasi Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss	22
2.6 Teori Yang Digunakan	25
2.7 Kerangka Teori.....	25
2.8 Kerangka Pemikiran	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1. Rancangan Penelitian	27
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	28
3.2.1 Waktu Penelitian.....	28
3.2.2 Tempat Penelitian	28
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	28
3.3.1 Subjek Penelitian	28
3.3.2 Objek Penelitian	28
3.4 Definisi Konsep	29
3.5 Fokus Penelitian	30
3.6 Data dan Sumber data.....	33
3.6.1 Data.....	33
3.6.2 Sumber data	33
3.7 Teknik Pengumpulan Data	33
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	34
3.9 Teknik Analisis Data	36
3.9.1 Langkah-langkah Analisis isi.	36
BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN KONTEN FACEBOOK H.	
JUARSAH, SH.....	38
4.1 Profil H. Juarsah, SH	38
4.2 Profil Akun Facebook H. Juarsah, SH (Haji Juarsah)	42
4.3 Profil Daerah Kabupaten Muara Enim	44
4.4 Konten Kegiatan H. Juarsah, SH.....	47
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	70
5.1 Hasil Penelitian.....	70
5.1.1 Dimensi <i>The Controlling style</i> dalam postingan H. Juarsah, SH	70
5.1.2 Dimensi <i>The Equalitarian style</i> dalam postingan H. Juarsah, SH.....	84
5.1.3 Dimensi <i>The Structuring style</i> dalam postingan H. Juarsah, SH.....	95
5.1.4 Dimensi <i>The Dynamic style</i> dalam postingan H. Juarsah, SH.....	98

5.1.5 <i>Dimensi The Relinquishing style</i> dalam postingan H. Juarsah, SH..	108
5.1.6 <i>Dimensi The Withdrawal style</i> dalam postingan H. Juarsah, SH	111
5.2 Pembahasan hasil Analisis Gaya komunikasi H. Juarsah, SH	112
BAB VI PENUTUP	115
6.1 Kesimpulan.....	115
6.2 Saran.....	115
DAFTAR PUSTAKA.....	116
LAMPIRAN.....	119

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3. 1 Fokus Penelitian	30
Tabel 3. 2 Analisis konten media sosial H. Juarsah, SH.....	34
Tabel 4.1. 1 Riwayat Pendidikan H. Juarsah, SH.....	39
Tabel 4.1. 2 Riwayat Organisasi H. Juarsah, SH	39
Tabel 4.1. 3 Riwayat Pekerjaan H. Juarsah, SH	39
Tabel 4.1. 4 Daftar Prestasi dan Penghargaan	41
Tabel 4.4. 1 Tabel Pengamatan Gaya komunikasi Bupati Muara Enim melalui media sosial facebook H. Juarsah, SH periode Agustus 2020- Februari 2021	48
Tabel 5.1. 1 Muatan Dimensi The Controlling style	70
Tabel 5.1. 2 Muatan Dimensi The Equalitarian style	84
Tabel 5.1. 3 Muatan Dimensi The Structuring style	95
Tabel 5.1. 4 Dimensi The Dynamic style	98
Tabel 5.1. 5 Dimensi The Relinquishing style	108
Tabel 5.1. 6 Dimensi The Withdrawal style.....	111

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. 1 Platform media sosial paling aktif 2020	3
Gambar 1.1. 2 Pejabat Paling Interaktif di Twitter	4
Gambar 1.1. 3 Facebook Bupati Muasi Banyuasin Dodi Reza	6
Gambar 1.1. 4. 2 Facebook Bupati Muara Enim Haji Juarsah.....	7
Gambar 4.2. 1 Profil Akun Facebook H. Juarsah, SH	42
Gambar 4.2. 2 Live Facebook H. Juarsah, SH	43
Gambar 4.3. 1 Kantor Sekretariat Daerah Pemerintahan Kabupaten Muaraenim.....	44
Gambar 4.4. 1 Lambang Kabupaten Muara Enim.....	46
Gambar 5.1.1.1 Postingan H Juarsah, Merayakan Kemerdekaan	83
Gambar 5.1.1.2 Postingan H Juarsah, Acara Bunga Desa.....	84
Gambar 5.1.2.1 Postingan H Juarsah, Dokumen bernilai sejarah.....	93
Gambar 5.1.2.2 Komentar Leonardo Fahri pada postingan H Juarsah	94
Gambar 5.1.3.1 Postingan H Juarsah, Komunikasi visual.....	97
Gambar 5.1.4.1 Postingan H Juarsah, Kunjungan di DesaSumaja Makmur	107
Gambar 5.1.4.2 Postingan H Juarsah, pembukaan expedisi offroad.....	108
Gambar 5.1.5.1 Komentar Sutris pada postingan H Juarsah.....	120
Gambar 5.1.6.1 Postingan H Juarsah, Pembukaan Diklatsar Banser NU ke III	111

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Gaya komunikasi merupakan sekumpulan perilaku interpersonal yang digunakan dalam keadaan tertentu. Setiap gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi, yang juga digunakan untuk memperoleh tanggapan tertentu dalam keadaan tertentu. Kesesuaian dari gaya komunikasi yang digunakan juga bergantung pada niat pengirim dan ekspektasi penerima. Hakikatnya gaya komunikasi merupakan upaya pengiriman dan penerimaan pesan. Meliputi cara berkomunikasi, model perilaku secara verbal maupun non verbal, yang mencakup bagaimana memberi serta menerima informasi pada situasi tertentu.

Gaya komunikasi merupakan cerminan dari karakter pribadi dan budaya seseorang, oleh sebab itu tidak dapat diberlakukan sama kepada semua orang. Gaya komunikasi juga dapat diartikan sebagai gabungan dari unsur-unsur komunikasi secara lisan maupun ilustratif. Pesan-pesan verbal individu yang digunakan untuk berkomunikasi di ungkapkan dalam kata-kata tertentu yang mencirikan gaya komunikasi, termasuk nada, volume atas pesan yang diucapkan (Prof. Dr. Alo Liliweri, 2015).

Dalam organisasi, gaya komunikasi menjadi aspek penting yang menentukan tercapainya misi organisasi. Gaya komunikasi mencerminkan kepemimpinan yang menjadi titik sentral dan determinan dari aktivitas suatu organisasi. Kepemimpinan merupakan suatu kegiatan mempengaruhi tingkah laku, sehingga dapat dibimbing untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks kepemimpinan, Negara membutuhkan pemimpin yang kuat dan berwawasan kebangsaan luas, yang mampu menangani persoalan etnis yang kompleks.

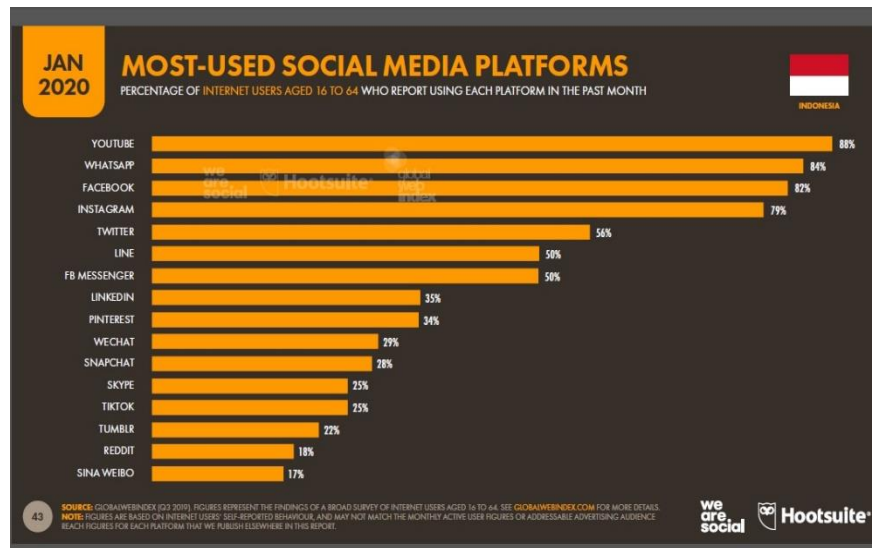
Indonesia adalah bangsa yang menjalankan pola pemerintahan secara demokratis berdasarkan Pancasila, pada kondisi tersebut pemerintah harus mampu menjalankan pola pemerintahannya dengan sebaik-baiknya dan sesuai dengan Pancasila. Setiap individu mempunyai model komunikasi yang khas, jika kita mengetahui model komunikasi dari seseorang, kita akan mampu mengembangkan interaksi sehingga dapat tercapai komunikasi yang efektif. Dengan begitu, gaya komunikasi mampu membuat seseorang berhasil menjalin relasi dengan individu lain.

Beberapa tahun ini masyarakat Indonesia memiliki cerita baru tentang pandangannya terhadap sosok pemimpin. Presiden Joko Widodo, Ridwan Kamil, Tri Risma, Basuki Tjahya Purnama dan Ganjar Pranowo adalah sekian dari beberapa pemimpin yang menjadi sorotan masyarakat. Mereka merubah gaya komunikasi yang kaku menjadi lebih ringan, dimana gaya blusukan serta keaktifan di media sosial menjadi inovasi mereka untuk memimpin daerah yang mereka pimpin. Setiap pemimpin memiliki ciri dan sikap sendiri dalam memimpin. Indonesia kini memiliki pemimpin yang cukup memberikan banyak inovasi dengan gaya komunikasinya masing-masing.

1.1.1 Masifnya pengguna media sosial di Indonesia

Adanya jejaring sosial melalui media online memberikan kemudahan bagi individu untuk berkomunikasi dalam jarak jauh. Dengan media online kita dapat terhubung kapanpun, dimanapun dan dengan siapapun. Media sosial telah mendekatkan yang jauh dan memudahkan jangkauan komunikasi antar warga negara. Cara dan model komunikasi lewat media sosial telah membentuk kumpulan masyarakat maya (*cyber society*), merupakan kumpulan masyarakat yang terhubung dan berelasi melalui dunia maya, tidak bertatap muka tapi tetap saling berkomunikasi melalui dunia maya. hal tersebut dapat di lihat pada survei yang dilakukan oleh situs HootSuite, *Platform* media sosial paling aktif di bawah ini:

Gambar 1.1. 1 Platform media sosial paling aktif 2020



Sumber :hootsuite.com/id/

Berdasarkan Gambar 1.1.1 diatas dapat di amati bahwa ada 16 jenis media sosial yang paling banyak di gunakan pada tahun 2020, lima media teratas diantaranya, *Youtube*, *Whatsapp*, *Facebook*, *Instagram* hingga *Twitter*. Dengan presentase pengguna *Youtube*

(88%), *Whatsapp* (84%), *Facebook* (82%), *Instagram* (79%) dan *Twitter* sebanyak (56%) dari jumlah populasi penduduk Indonesia.

1.1.2 Fenomena kepala daerah menggunakan media sosial

Tingginya pengguna media sosial di Indonesia dapat dijadikan prospek bagi kepala daerah untuk mengajak masyarakat turut serta dan ikut andil dalam menyukseskan program-program pemerintah. Pada umumnya, kepala daerah menggunakan media sosial sebagai sarana informasi, berkomunikasi dan memengaruhi opini rakyat. Hal tersebut karena media sosial menawarkan ruang yang tak terbatas. Lewat media sosial pemimpin dapat memberikan informasi terkait kinerja yang telah dilakukan olehnya sebagai pejabat publik, mendengar aspirasi dari masyarakat, serta mengevaluasi mutu dari program-program yang dipimpinnya.

Jenis media sosial yang telah berkembang serta banyak peminatnya saat ini diantaranya *Youtube*, *WhatsApp*, *Facebook* hingga *Twitter*. Jika umumnya media tradisional menggunakan media cetak dan *broadcast* maka media sosial menggunakan media internet, dengan begitu media sosial dapat mengajak penggunaanya untuk berpartisipasi dan berkontribusi secara aktif serta dapat memberikan *feedback* secara online dan dalam waktu yang singkat.

Saat ini beberapa kepala daerah di Indonesia sudah cukup aktif dalam menggunakan media sosial sebagai media komunikasi dengan masyarakatnya. melalui berbagai macam jenis media sosial, sejumlah kepala daerah menjalin komunikasi, menyampaikan kegiatan, bahkan memberikan solusi atas keluhan dari masyarakat. Dapat dilihat dari survei yang dilakukan oleh komunitas TagihJanji.com di tahun 2017, tentang pejabat publik di Indonesia yang aktif berinteraksi di platform media sosial *twitter*.

Gambar 1.1. 2 Pejabat Paling Interaktif di Twitter



Sumber: indotelko.com

Gambar 1.1.2 diatas menunjukkan bahwa di tahun 2017, ada sebanyak 10 akun *Twitter* pejabat pimpinan tinggi Negara, mulai dari Menteri, Gubernur, Walikota hingga Bupati dengan frekuensi interaksi

yang cukup tinggi. Adapun Tiga akun teratas di raih Walikota Bandung yang saat ini menjabat Gubernur Jawa Barat, Ridwan Kamil, Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Pranowo serta Walikota Bogor, Bima Arya. Sebagian kepala daerah tersebut aktif di media sosial dan memiliki pengikut ratusan hingga jutaan.

1.1.3 Facebook sebagai media komunikasi dan menanggapi keluhan publik

Facebook merupakan salah satu *platform* media sosial jaringan komunikasi yang berbasis internet. *Facebook* pertama kali didirikan tanggal 14 Februari 2004, oleh seorang mahasiswa dari Universitas Harvard, bernama Mark Zukerberg dengan tujuan utama sebagai saluran komunikasi. Seiring perkembangannya, popularitas *facebook* meluas dan berkembang dengan pesat. Dengan adanya *facebook*, perbedaan wilayah tidak lagi menjadi kendala bagi dua orang atau lebih sekaligus untuk melakukan komunikasi.

Facebook menjadi salah-satu inovasi bagi kepala daerah untuk berkomunikasi dan menyapa warganya, dengan memberikan akses aspirasi serta membuka ruang diskusi, masyarakat dapat menentukan dan mengawasi pembangunan serta kebijakan yang ada di daerah. Sumatera Selatan adalah salah satu dari provinsi terbesar di Indonesia dan sejumlah kepala daerahnya sudah mulai aktif menggunakan media sosial khususnya *facebook* sebagai sarana komunikasi dan menyapa warganya, mulai dari gubernur, walikota hingga bupati.

Bupati Musi Banyuasin, Dodi Reza Alexnoerdin merupakan sosok kepala daerah yang menjadikan *facebook* sebagai media berkomunikasi bersama masyarakatnya. Melalui akun *facebook* miliknya Dodi Reza Alex Noerdin, Bupati Musi Banyuasin tersebut kerap menyapa masyarakatnya. Selain itu beliau juga dikenal sebagai kepala daerah yang cukup dekat dengan anak muda atau milenial. hal tersebut dapat dilihat dari beberapa postingan pada akun media sosial *facebook* miliknya. *Facebook* milik

Bupati Musi Banyuasin tersebut telah dimuat dalam halaman resmi dan telah di ikuti oleh sebanyak 28.328 orang.

Gambar 1.1. 3 Facebook Bupati Muasi Banyuasin Dodi Reza



Sumber : Facebook Pribadi milik Dodi Reza.

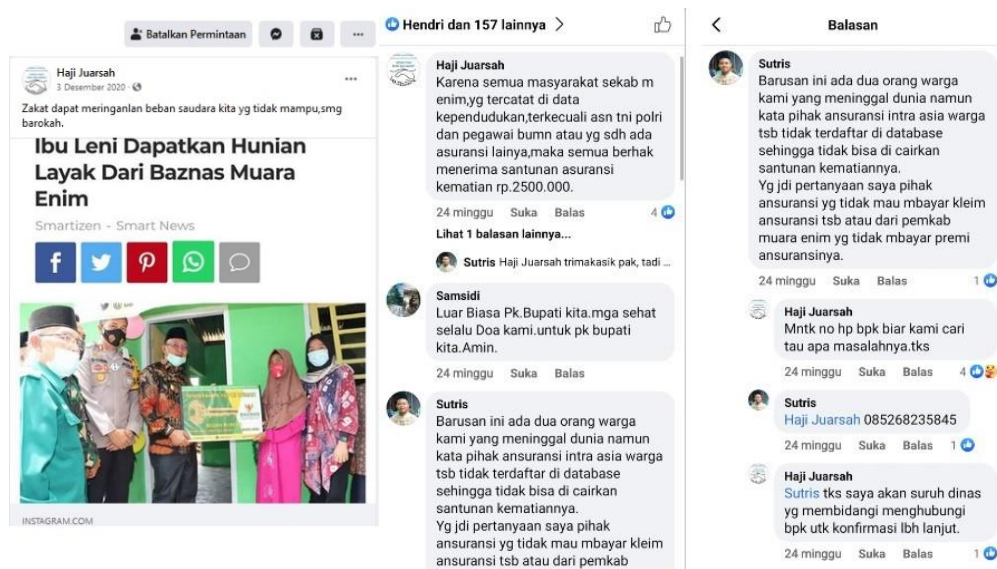
Gambar 1.1.3.1 diatas memperlihatkan pose dan gaya khas dari Dodi Reza Alex Noerdin yang menyapa masyarakatnya di media sosial *facebook*. Setiap kepala daerah memiliki cara dan gaya komunikasinya masing-masing, selain sebagai media komunikasi, kepala daerah juga memanfaatkan *facebook* sebagai media dalam menanggapi keluhan masyarakat.

Bupati Muara Enim, H. Juarsah, SH dikenal sebagai sosok kepala daerah yang merakyat dan dekat dengan masyarakatnya, Bupati Muara Enim tersebut cukup aktif menggunakan media sosial *facebook* sebagai media komunikasi dan media dalam menanggapi keluhan masyarakat. Melalui media sosial *facebook* miliknya Haji Juarsah, Bupati Muara Enim tersebut kerap menyapa dan berinteraksi dengan masyarakatnya khususnya yang mengeluhkan pelayanan maupun pembangunan di kabupaten Muara enim. Berdasarkan amanat Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik.

Pelayanan publik adalah upaya yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pelayanan setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa,

dan atau layanan administrasi yang disediakan oleh penyedia layanan publik. Di era komunikasi saat ini, pemerintah dituntut aktif untuk dapat menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi dengan masyarakatnya dan hal tersebut dapat dilihat dari beberapa postingan dan interaksi yang ada di akun *facebook* milik Haji Juarsah.

Gambar 1.1.4.2 Facebook Bupati Muara Enim Haji Juarsah



Sumber : Facebook Pribadi milik Haji Juarsah.

Pada gambar 1.1.3.2 diatas dapat dilihat bahwa beberapa masyarakat mengeluhkan pelayanan dan pembangunan yang ada di kabupaten muara enim, Haji Juarsah selaku kepala daerah tidak segan untuk berinteraksi dan memberikan solusi atas keluhan dan permasalahan yang dialami masyarakatnya. Hal tersebut karena gaya komunikasi dan proses memimpin merupakan satu kesatuan, dimana melalui gaya komunikasi seorang pemimpin dapat diketahui bagaimana gaya kepemimpinannya, dapat diketahui apakah ia mewakili sifat-sifat kepemimpinan atau tidak. Begitu juga secara formal, seorang pemimpin membutuhkan alat agar bisa memberikan instruksi, mengatur, koordinasi, memengaruhi, menstransformasikan ide atau melakukan perubahan dalam organisasi yang di pimpinya.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian Analisis isi kualitatif menggunakan teori gaya komunikasi menurut Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss, 1998 (Moss, 1998) terdapat enam gaya komunikasi yaitu, *The Controlling style* (Gaya komunikasi mengendalikan), *The Equalitarian style* (Gaya komunikasi dua arah), *The Structuring style* (Gaya komunikasi terstruktur), *The Dynamic style* (Gaya komunikasi dinamis), *The Relinquishing style* (Gaya komunikasi melepaskan), *The Withdrawal style* (Gaya komunikasi menarik diri).

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana Gaya Komunikasi Bupati Muara Enim H. Juarsah, SH di Media Sosial *facebook* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Bagaimana Gaya Komunikasi dari Bupati Muara Enim H. Juarsah, SH di Media Sosial *facebook* ?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan bisa memberi manfaat dalam perkembangan Ilmu komunikasi sebagai bahan rujukan maupun referensi, khususnya dalam gaya komunikasi di media sosial.
2. Diharapkan juga dapat menjadi gagasan ilmiah dan model untuk penelitian berikutnya mengenai gaya komunikasi di media sosial dengan metode Analisis isi.
3. Diharapkan penelitian ini bisa menjadi sumber bahan untuk peneliti lain yang sedang atau akan melaksanakan kajian dibidang ilmu komunikasi. Serta dapat memberikan informasi kepada khalayak mengenai gaya komunikasi yang dapat bermanfaat dalam bidang

komunikasi. Sekaligus sebagai sarana untuk melatih menganalisis sebuah fenomena atau situasi dalam konteks komunikasi yang diharapkan bisa dijadikan bahan untuk menambah wawasan serta pengetahuan.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Diharapkan penelitian ini dapat memberi serta membuka wawasan penulis berkaitan dengan gaya komunikasi di media sosial.
2. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk peneliti lain yang ingin meneliti gaya komunikasi dengan metode analisis isi.
3. Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa dijadikan rujukan untuk pemerintah daerah supaya dapat lebih memanfaatkan media sosial sebagai media komunikasi kepada masyarakat serta model gaya komunikasi yang akan diterapkan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Abdul Halim Lubis, M. N. (2010). *Metode penelitian Analisis isi*. Jakarta: Persada.
- Cangara, H. (2008). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Cresswell, W. J. (2009). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Eriyanto. (2011). Pengantar Metode Penelitian ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya. In Eriyanto, *Analisis Isi* (p. 60). Jakarta: Kencana .
- Eriyanto. (2011). *Pengantar Metode Penelitian ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Eriyanto. (2011). Pengantar Metode Penelitian ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya. In Eriyanto, *Analisis isi* (p. 32). Jakarta: Kencana.
- Eriyanto. (2011). Pengantar Metode Penelitian ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya. In Eriyanto, *Analisis isi, pendekatan Analisis Isi* (p. 46). Jakarta: Kencana.
- Hardjana, A. (2019). *Komunikasi Organisasi*. Yogyakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Iskandar. (2008). *Metodologi Penelitian dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Jakarta: GP Press.
- Kreitner, R. &. (2005). *Perilaku Organisasi* (5 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Liliweri, A. (2015). Komunikasi Antarpersonal. In A. Liliweri, *Gaya Komunikasi Antarpersonal* (p. 255). Jakarta: PT Adhitya Andrebina Agung.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moss, S. L. (1998). Konteks-konteks Komunikasi. In S. L. Moss, *Human Communication*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasir, M. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial, Perspektif, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

- Nurudin. (2018). Efektifitas Facebook dalam menyebarkan Informasi pada komunitas Solo last fiday ride. *Efektifitas Facebook* , 52.
- Prof. Dr. Alo Liliweri, M. (2015). *Gaya Komunikasi Antarpersonal* (Vol. 1). Jakarta: PT. Adhitya Andrebina Agung.
- Purnama, H. (2011). *Media Sosial di Era Pemasaran 3.0*. Jakarta: Corporate and Marketing Communication. .
- Rakhmat, J. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. In Sugiyono, *Pengertian metode penelitian kuantitatif dan kualitatif* (p. 7). Bandung: Cv. Alfabeta.

Journal:

- Ditha Prasanti, S. S. (2018). GAYA KOMUNIKASI DALAM BINGKAI KEPEMIMPINAN BAGI FIGUR PEREMPUAN. *NOMOSLECA*, 684.
- Josella, P. (2018). Gaya komunikasi jokowi dalam progam kartu indonesia pintar. *Sustainable Tourism Industry for Economic Development* .
- Novita, D. (2015). Gaya komunikasi Jokowi pada debat pilpers 2014. *Metode penelitian, XIV*, 110 – 200.
- Pratiwi, B. N. (2017). Gaya komunikasi Ahmad Faiz Zainuddin. *Jurnal Komunikasi*, 5, 1.
- Rifauddin, M. (2016). Fenomenacy berbullying pada remaja. *Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, dan Kearsipan Khizanah Al-Hikmah*, 4.

Pustaka dari Internet :

- Hootsuite.com. Selasa 2 Februari 2021. Platform media sosial paling aktif 2020. Diakses pada tanggal 2 Februari 2020. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>
- indotelko.com. Selasa 2 Februari 2021. Pejabat paling interaktif di twitter 2017. Diakses pada tanggal 2 Februari 2020. <https://www.indotelko.com/amp/read/1515981511/pejabat-publik-teraktif-twitter>
- Facebook.com. Profile Haji Juarsah. Diakses pada tanggal 5 Februari 2021, dari <https://web.facebook.com/profile.php?id=100008997972989>

Facebook.com. Profile Dodi Reza Alex Noerdin. Diakses pada tanggal 23 maret 2021, dari <https://m.facebook.com/dodirezaalex>

Mubakab.go.id. Diakses pada tanggal 23 maret 2021, dari <https://mubakab.go.id/berita/511-kepemimpinan-bupati-dodi-reza-jadi-panutan-mahasiswa-universitas-sriwijaya>

Muaraenimkab.go.id. Diakses pada tanggal 23 maret 2021 dari https://www.muaraenimkab.go.id/web/detail_berita/137