

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia perpolitikan seringkali dipenuhi berbagai kreasi dan variasi oleh orang-orang untuk meraih popularitas, dukungan dan kepentingan. Begitu pula pencitraan, menjadi sudut pandang yang khas bagi seseorang untuk menilai individualitas dan kelompok dalam perpolitikan. Ketika *image* yang dibangun mempunyai nilai yang menggugah, maka orang biasanya akan tertarik. Dewasa ini dikenal istilah imagologi untuk mengungkapkan *fase* dan tindak lanjut atas usaha untuk membangun pencitraan.

Citra merupakan proses pembentukan citra melalui informasi yang diterima oleh khalayak secara langsung melalui-melalui sosial media atau media massa. Hal itu berkaitan dengan persepsi seseorang terhadap pesan yang menyentuhnya atau rangsangannya. Citra yang melekat di benak seseorang itu dapat berbeda dengan realitas objektif atau tidak selamanya merefleksikan kenyataan yang sesungguhnya. Demikian juga citra dapat merefleksikan hal yang tidak wujud atau imajinasi yang mungkin tidak sama dengan realitas sesungguhnya.¹

Citra politik adalah politik yang diubah ontologinya menjadi politik sebagai acuan.² Imagologi dalam bidang politik telah menjadi fenomena yang kekinian sehingga mustahil membicarakan pemilu tanpa citra dan kemenangan aktor politik tanpa pencitraan kepada masyarakat. Di Indonesia imagologi politik mulai terlihat jelas ketika berlangsungnya pemilihan umum (pemilu) tahun 2004.

¹ Terence A Shimp, (2003), *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Erlangga, h.35.

² Yasraf Amir Piliang, (2005), *Trasnpolitika Dinamika Politik di Dalam Era Virtualis*, Yogyakarta: Jalasutra, h. 33.

Pembangunan *image* aktor politik di Indonesia memunculkan aktor politik yang mampu memanfaatkan imagologi atau pembangunan *image* politiknya. Untuk menarik perhatian masyarakat dengan melakukan imagologi politik agar dapat mensukseskan pemilihan legislatif dan pemilihan presiden. Dunia politik di Indonesia di identikan dengan politik ketokohan, dimana pemimpin atau calon presiden menjadi sorotan tersendiri dalam menarik apresiasi dan dukungan dari rakyat dikarenakan imagologi politik yang dilakukan di berbagai media massa. Terbentuknya image adanya sikap, pendapat, atau tanggapan tertentu.

Terbentuknya image ini sendiriternyata mendapatkan respon dari masyarakat secara umum dan generasi saat ini, maksud dari generasi ini menurut Tapscrot tiga pembagian generasi yakni, generasi X (1965-1976), generasi Y (1977-1997), dan generasi Z (1998-sampai sekarang).³Dalam hal ini generasi millennial adalah orang-orang yang berumur antara 17 sampai 37 tahun. Generasi millennial juga dikenal sebagai generasi Y, atau Generasi Langgas, adalah kelompok demografi setelah generasi X atau Gen-X. Struktur demografi penduduk Indonesia akan terjadi perubahan cukup signifikan. Tahun 2020 diprediksi akan menjadi penandanya. Pada tahun itu, penduduk di rentang usia 20 sampai 40 tahun menjadi kelompok yang paling banyak.

Generasi millennial merupakan bagian generasi-generasi ini, generasi millennial atau generasi Y adalah generasi yang cepat menerima dan mengadopsi informasi yang lebih cepat. Generasi millennial muncul untuk menjadi teknologi muktahir seperti MP3, kamera ponsel, PDA, kamera digital dan DVD player. Millennial mempunyai karakteristik creative karena banyaknya berbagai ide dan gagasan. Ide-ide creative yang

³ Paulus Mujiran, (2019), *Membaca Pilihan Politik Generasi Millennial*, <http://id.beritasatu.com>, diakses pada 09 Maret 2019.

muncul mendorong dengan percaya diri generasi millennial untuk menyampaikan berbagai pandangannya, oleh karenanya mereka juga memiliki sifat yang percaya diri.⁴

Generasi millennial berpartisipasi dalam bidang politik generasi muda sering kali dianggap sebagai kelompok masyarakat yang paling tidak peduli dengan diskusi politik. Namun, pada masa sekarang ini, partisipasi politik terutama partisipasi politik generasi millennial dapat dilakukan melalui internet dan media sosial.

Karena berdasarkan data Badan Pusat Statistik memprediksi bahwa angka millennial Indonesia akan mencapai 34 persen dari total keseluruhan penduduk nusantara. Mereka dilahirkan antara tahun 1981 hingga tahun 2000.⁵ Wajah Indonesia ke depan akan ditentukan oleh generasi ini. Merekalah yang lantas disebut generasi Y atau generasi millennial.

Posisi generasi millennial pada tahun politik sekarang ini sangat diperhitungkan. Mereka adalah bagian dari penentu kemajuan dan keberhasilan demokrasi, baik di tingkat daerah maupun nasional. Berdasarkan data KPU jumlah pemilih millennial mencapai 70 sampai 80 juta jiwa dari 193 juta pemilih. Artinya sekitar 35 sampai 40 persen memiliki pengaruh besar terhadap hasil pemilu dan menentukan siapa pemimpin pada masa mendatang.⁶ Dalam hal ini, partisipasi politik generasi millennial tentu sangat substansial karena dari persentase jumlah pemilih, generasi millennial menyumbang suara cukup banyak dalam keberlangsungan pemilu 2019.

Perbedaan karakteristik yang paling kentara antara generasi millennial dengan generasi baby boomers yang lahir pada tahun 1946 hingga 1964 dan generasi X yang

⁴ Bagus Balghi, (2018), *Partisipasi Politik Digital Sebagai Respon Millenials Terhadap Demokrasi*, <http://m.republika.co.id> diakses 14 Maret 2019.

⁵ Gita Amanda, (2017), *Mengenal Generasi Millennial Lewat Millennial Nusantara*, <http://m.republika.co.id>, diakses pada 09 Maret 2019.

⁶ Ahmad Nur Hidayat, (2018), *Beda Cara Generasi Millennial Dalam Politik*, <https://nasional.kompas.com>, diakses pada 09 Maret 2019.

lahir pada tahun 1965 hingga 1980 adalah terkait penggunaan teknologi dan budaya pop atau musik.⁷ Generasi millennial tidak bisa dilepaskan dari internet dan hiburan. Keduanya sudah seperti kebutuhan pokok bagi generasi ini.

Partisipasi politik oleh masyarakat di Indonesia, khususnya generasi millennial dapat dilakukan dengan beberapa cara. Pertama, masyarakat dapat terlibat dalam arena publik untuk menyampaikan tuntutan mereka kepada siapa saja yang ingin mendengarkan, seperti ikut terlibat dalam demonstrasi. Kedua, masyarakat dapat menjadikan lembaga pembuat undang-undang (legislatif) atau lembaga eksekutif sebagai target pesan politik yang ingin disampaikan misalnya menandatangani petisi. Ketiga, masyarakat dapat terlibat dalam proses seleksi dari orang-orang yang ingin menduduki jabatan politik. Contohnya dengan memberikan suara pada pemilu.

Salah satu pihak yang akan ikut serta dalam pemilihan umum di Indonesia tahun 2019 nanti adalah para generasi millennial. Termasuk para generasi millennial di Kota Palembang. Bawaslu Kota Palembang menargetkan setidaknya 15 sampai 20 persen generasi millennial di Kota Palembang akan ikut serta menyumbangkan suaranya di Pemilu 2019 nanti.⁸ Suara generasi millennial ini diharapkan dapat memberi dampak positif bagi terselenggaranya pemilu yang sukses, aman, dan lancar.

Pada pemilu Indonesia tahun 2019 ini terbagi menjadi dua yakni pemilihan anggota legislatif dan pemilihan presiden. Dalam pemilihan presiden tahun ini terdapat dua pasang calon yaitu Joko Widodo dan Ma'ruf Amin serta Sandiaga Uno. Joko Widodo atau Jokowi sendiri sudah dikenal sebagai Presiden RI periode 2014-2019.

⁷ Ibid.,

⁸ Efrizal, (2018), *Generasi Millennial Palembang Sumbang Suara 15 Persen di Pemilu 2019*, <https://www.metrosumsel.com>, diakses pada 09 Maret 2019.

Sebelum menjabat sebagai Presiden Indonesia, beliau pernah menjabat sebagai Walikota Solo dan Gubernur DKI Jakarta.

Selama keikutsertaannya dalam dunia perpolitikan, Jokowi dikenal menyandang beberapa julukan, diantaranya “*the street democracy*”. Sebutan ini muncul karena Jokowi lebih banyak menggunakan waktu di jalan melalui blusukannya.⁹ Namun kegiatan blusukan Jokowi ini menuai beberapa kritik karena sebagian pihak menganggap blusukan tersebut hanya strategi pencitraan Jokowi agar dianggap dekat dengan rakyat.

Istilah blusukan Jokowi memiliki citra positif dibenak masyarakat karena memiliki makna kepedulian dan kedekatan seorang pemimpin dengan masyarakat. Jika sebelumnya, rakyat bisa sangat sulit untuk menemui seorang presiden maka dengan gaya blusukan ini masyarakat berkesempatan bertemu langsung dengan seorang pemimpin tertinggi yaitu Presiden dan mecurahkan keluh kesahnya, bahkan Presiden langsung yang turun kelapangan.

Meskipun demikian kegiatan blusuknya tersebut menuai kritik di sebagian masyarakat serta hal itu juga dapat menuai kontroversi di kalangan generasi millennial karena generasi millennial saat ini sangat kritis terhadap perkembangan politik. dengan gaya blusukan nya tersebut Jokowi hanya sekedar untuk mendapatkan simpati dari masyarakat melalui pencitraan nya tersebut. Bahkan saat ia melakukan aksi blusukan nya tersebut di lapangan ia selalu diliput oleh media seakan ia melakukan aksi blusukan nya tersebut hanya memperoleh citra positif di masyarakat.

⁹ Zulkarnain dan Syamsuddin Harris, (2017), Fenomena Blusukan Dalam Model Kepemimpinan Politik Joko Widodo, *Jurnal Kajian Politik dan Masalah Pembangunan*, Vol. 13, No. 01, Jakarta: Universitas Nasional, h. 9.

Maka dari itu berdasarkan penjelasan tersebut peneliti tertarik untuk meneliti mengenai blusukan Jokowi dengan judul imagologi politik Jokowi bagi generasi millennial di Kota Palembang. Lokasi peneliti ambil ialah di Kota Palembang karena di Kota Palembang generasi millennialnya cukup cekatan dalam menganalisa permasalahan politik.

B. Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang diatas, peneliti dapat merumuskan rumusan masalah yaitu bagaimana citra politik Presiden Joko Widodo pada generasi millennial di Kota Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana citra politik Presiden Joko Widodo pada generasi millennial di Kota Palembang.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian serta tambahan literatur dalam pengembangan keilmuan dalam bidang ilmu politik dan memberi sumbangan kajian mengenai fenomena baru berkaitan dengan citra politik.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh para peneliti ilmu politik, para praktisi ilmu politik, dan para pengamat politik mengenai citra politik Presiden Joko Widodo pada generasi millennial di Kota Palembang.

E. Tinjauan Pustaka

Penelitian terdahulu merupakan salah satu bagian penting dalam suatu penelitian. Penelitian tentang citra politik Presiden Joko Widodo pada generasi millennial di Kota Palembang belum pernah dilakukan sebelumnya. Namun, ada beberapa penelitian yang menurut peneliti dapat menjadi rujukan yaitu:

Penelitian oleh Hajar Djusmin, seperti skripsi yang berjudul *dalam Komunikasi Politik (Analisis Terhadap Pencitraan Politik Tentre Olle Yasin Limpo Pada Pilkada Serentak 2015)*.¹⁰ Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa manuver politik yang dilakukan oleh Tentre Olle Yasin Limpo pada pemilihan Bupati Kabupaten Gowa Tahun 2015 berfokus bagaimana dia membangun pencitraan melalui komunikasi baik di media sosial, maupun kegiatan-kegiatan yang dilakukannya di masyarakat. Hal ini tidak terlepas dari kejelian Tentre Olle Yasin Limpo dalam mengelola isu-isu di tengah masyarakat, untuk mengangkat popularitasnya. Penelitian ini membahas tentang

¹⁰Hajar Djusmin,(2016), *Komunikasi Politik (Analisis Terhadap Pencitraan Politik Tentre Olle Yasin Limpo Pada Pilkada Serentak 2015)*, Makassar:Skripsi, UIN Alauddin.

pencitraan politik, tetapi belum sampai membahas masalah yang penulis angkat yaitu dengan imagologi politik Joko Widodo bagi generasimillennial di Kota Palembang.

Penelitian oleh Zulkarnain dan Syamsuddin Haris dalam *Fenomena Blusukan Dalam Model Kepemimpinan Politik Joko Widodo*.¹¹ Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa model kepemimpinan yang khas dari Joko Widodo adalah blusukan. Blusukan merupakan ciri yang sangat menonjol dalam kepemimpinan politik Joko Widodo. Blusukan merupakan cara Joko Widodo untuk mengetahui persoalan langsung dari tangan pertama. Selain itu, pemimpin yang melakukan blusukan juga harus siap untuk menerima berbagai resiko, karena blusukan merupakan pola kerja pemimpin yang hampir tanpa jarak dengan rakyatnya. Salah satunya prosedur keamanan. Penelitian ini memang membahas tentang blusukan Joko Widodo, tetapi tidak mengangkat permasalahan yang sama dengan peneliti yaitu imagologi politik Joko Widodo bagi generasimillennial di Kota Palembang.

Penelitian oleh Nia Zahara Adnani skripsi yaitu *Jokowi dan Pencitraan Politik di Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat*.¹² Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa, surat kabar harian kedaulatan rakyat membangun pencitraan Jokowi dalam berbagai hal seperti voluntarisme dari berbagai kalangan, kuatnya dukungan NU terhadap Jokowi, dan juga *image* Jokowi yang semakin disegani atas kesederhanaan citra yang dibuatnya. Wacana yang dicantumkan dalam surat kabar harian ini juga dibuat untuk menciptakan opini terhadap citra positif Jokowi yang tidak terlepas dari keterpihakan media sebagai salah satu calon, penelitian ini membahas tentang pencitraan politik.

¹¹ Zulkarnain dan Syamsuddin Harris, (2017), *Fenomena Blusukan Dalam Model Kepemimpinan Politik Joko Widodo*, Jakarta:Skripsi, Universitas Nasional.

¹²Nia Zahara Adnani, (2015), *Jokowi dan Pencitraan Politik di Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat*, Yogyakarta:Skripsi, UIN Sunan Kalijaga.

Penelitian oleh Rama tentang skripsi *Imagologi Politik Paslon Adi Rozal dan Zainal Abidin Pada Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Kerinci Tahun 2013*.¹³ Dalam penelitian ini, dibahas bahwa kemenangan Adi Rozal dan Zainal Abidin menarik untuk dikaji karena kemampuannya mengalahkan pasangan *incumbent* Murazman-Zubir Dahlan yang lebih dikenal masyarakat. Hal ini dikarenakan Adi Rozal dan Zainal Abidin muncul sebagai sosok tokoh agama Islam, dan berfashion religius, penelitian ini membahas tentang imagologi politik paslon.

Penelitian dari Glendy Indra Tamaka tentang *Pencitraan Tentang Aburizal Bakrie Melalui Iklan Televisi*.¹⁴ Dalam penelitian ini dibahas bahwa Aburizal Bakrie terlihat begitu bangga dengan label kesuksesan yang dimilikinya dan menempatkan posisi tersebut sebagai nilai jual politiknya. Aburizal Bakrie mempresentasikan dirinya sebagai bagian dari rakyat kecil melalui penggambaran kehidupan ayahnya yang juga berasal dari rakyat kecil, yang sukses karena kemampuan dan pengalamannya dalam membangun bisnis. Semua bentuk komunikasi politik Aburizal Bakrie dikesankan memberi kepastian, kesuksesan yang diraihinya sebagai sarana dalam membangun kesuksesan bangsa Indonesia walaupun titik tolak kesuksesannya tidak dapat menjadi dasar dalam meraih kesuksesan sebagai pemimpin negara.

Dari berbagai penelitian yang disebutkan diatas, sudah membahas tentang imagologi atau pencitraan, tetapi belum sampai membahas masalah yang penulis angkat yaitu bagaimana citra politik Presiden Joko Widodo pada generasi millennial di Kota Palembang.

¹³Rama, (2017), *Imagologi Politik Pasangan Calon Adirozal-Zainal Abidin Pada Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Kerinci Tahun 2013*, Padang:Skripsi, Universitas Andalas.

¹⁴Glendy Indra Tamaka, (2013), *Pencitraan Aburizal Bakrie Melalui Iklan Televisi*, Jakarta:Skripsi, Universitas Tarumanegara.

F. Kerangka Teori

1. Citra Politik

Citra Politik atau yang lebih dikenal dengan nama politik pencitraan merupakan salah satu strategi politik yang lagi populer di kalangan para elit politik untuk memperkuat citra diri mereka di mata publik.¹⁵ Citra merupakan manifestasi dari imaginasi yang berisi kata, tanda dan citra atau gambar. Image tidak membedakan mana yang realitas hasil representasi (*virtual*).¹⁶

Hal tersebut karena citra berada sekaligus dalam dunia yang bergerak maju secara dialektis dimana terdapat aktualisasi dan virtualisasi. Virtualisasi yang dimaksud dalam proses citra dapat dijelaskan dalam permainan, keindahan, dan normatifitas yang dilogiskan menjadi citra atau gambaran (*imaji*). Dalam proses selanjutnya, virtualisasi menjadi bagian dari aktualisasi yang terimitasi dimana *imaji-imaji* dalam proses virtualisasi menjadi rujukan dalam memahami suatu realitas.

Citra politik telah berhasil memanipulasi masyarakat agar sesuatu mendapatkan legitimasi atas kekuasaan. Publisitas kritis kini digantikan oleh publisitas manipulatif. Dengan tidak adanya kritik publik, maka hukum dan norma-norma masyarakat tidak lagi berhubungan dengan universalitas dan kebenaran. Imagologi membuat masyarakat tidak lagi bisa membedakan mana yang “nyata” mana yang “tidak nyata”.

¹⁵ Cleogia, (2012), *Imagologi*, <https://bookgedebug.wordpress.com>, diakses pada 11 Maret 2019.

¹⁶ E. Rows, (2014), *Immortality Of Shadow*, Yogyakarta : Divapress. h, 34.

Citra politik ini merupakan istilah lain dari pencitraan yang berasal dari kata “citra”. Arti kata citra menurut beberapa ahli antara lain:

Menurut Huddleston pengertian citra dengan mengatakan sebagai berikut: “*image is a set beliefs the personal associate with an image as acquired trough experience*”. Artinya: citra adalah serangkaian kepercayaan yang dihubungkan dengan sebuah gambaran yang dimiliki atau didapat dari pengalaman.¹⁷

Menurut Bill Canton pengertian citra adalah sebagai kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan; kesan yang dengan sengaja diciptakan suatu objek, orang atau organisasi.¹⁸ Sedangkan menurut Frank Jefkins, definisi citra adalah sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.¹⁹

Citra itu tidak nyata, tidak bisa digambarkan secara fisik dan tidak dapat diukur secara sistematis karena citra hanya ada dalam pikiran. Walaupun demikian, wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk, seperti penerimaan dan tanggapan baik positif maupun negatif yang datang dari publik dan masyarakat luas pada umumnya.²⁰

Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu objek dapat diketahui dari sikapnya terhadap objek tersebut. Semua sikap bersumber pada organisasi kognitif, pada informasi dan pengetahuan yang kita miliki. tidak akan ada teori sikap atau aksi

¹⁷ Armunanto Heri, (2014), *Apa Itu Pencitraan?*, <https://www.kompasiana.com>, diakses pada 11 Maret 2019.

¹⁸E. Rows, *Op.Cit* ., Hlm.25.

¹⁹30Trimanah, (2012), Reputasi Dalam Kerangka Kerja Public Relations, *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, Vol. 03, No. 01, h. 3.

²⁰Jefkins Frank, (2003), *Public Relations Edisin Kelima*, Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, h.10.

sosial yang tidak didasarkan pada penyelidikan tentang dasar-dasar kognitif. Efek kognitif dari komunikasi sangat memengaruhi proses pembentukan citra seseorang. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang.

Penelitian ini menggunakan teori citra dari Frank Jefkins. Menurut Frank Jefkins citra merupakan usaha untuk menciptakan suatu citra baru atau pendapat umum yang menyenangkan, atau mencoba memoles citra (*image*) yang sudah ada sehingga terbentuknya imagologi.²¹ Definisi citra diartikan sebagai “kesan, gambaran, atau impresi yang tepat (sesuai dengan kenyataan) atas sosok keberadaan berbagai kebijakan personil-personil atau jasa-jasa dari suatu organisasi atau perusahaan.”

Terdapat empat komponen proses citra menurut Frank Jefskins antara lain:²²

- a. Persepsi, diartikan sebagai hasil pengamatan unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan dengan kata lain. Individu akan memberikan makna terhadap rangsang berdasarkan pengalamannya mengenai rangsang. Kemampuan mempersepsi atau pandangan individu akan positif apabila informasi yang diberikan oleh rangsang akan positif apabila informasi yang diberikan oleh rangsang dapat memenuhi kognisi individu.
- b. Kognisi, adalah keyakinan seseorang tentang sesuatu yang di dapat dari tentang proses seseorang atau sesuatu. Proses yang dilakukan adalah memperoleh pengetahuan dan memanipulasi pengetahuan melalui aktivitas mengingat, menganalisis, memahami, menilai, menalar, membayangkan dan berbahasa.

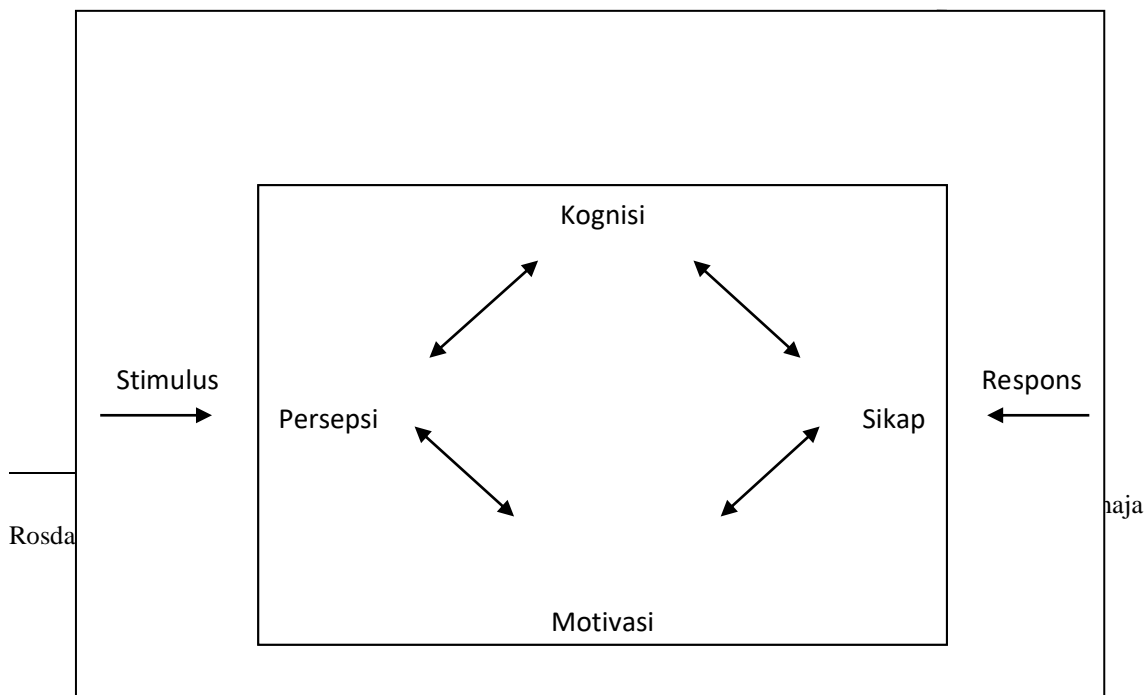
²¹Frank Jefskins, *Op.Cit.*, Hlm.50.

²²Ibid.,

Keyakinan seseorang tentang sesuatu tersebut dapat mempengaruhi sikap mereka dan pada akhirnya mempengaruhi tindakan mereka terhadap sesuatu.

- c. Motivasi adalah suatu dorongan kehendak yang menyebabkan seseorang melakukan sesuatu perbuatan untuk mencapai tujuan tertentu. Motivasi berasal dari kata motif, motif adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan.
- d. Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berfikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan perilaku tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu, sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi sikap menentukan apakah orang harus pro atau kontra terhadap sesuatu, menentukan apa yang disukai, diharapkan dan diinginkan, sikap mengandung aspek evaluatif artinya mengandung nilai menyenangkan atau tidak menyenangkan, sikap juga diperhitungkan atau diubah.

Gambar 1.1 Bagan Proses Citra²³



(Sumber :Soemirat&Ardianto, 2002 Hal. 35)

Proses ini menunjukkan bagaimana stimulus yang berasal dari luar diorganisasikan dan mempengaruhi respons. Stimulus atau rangsangan yang diberikan pada individu dapat diterima atau ditolak, maka proses selanjutnya tidak akan berjalan. Hal ini menunjukkan bahwa rangsangan tersebut tidak efektif dalam mempengaruhi individu karena tidak adanya perhatian dari individu tersebut. Sebaliknya, jika rangsangan itu diterima oleh individu, berarti terdapat komunikasi dan perhatian dari organisme, dengan demikian proses selanjutnya dapat berjalan.

Begitu pula dengan *Public Relations* dalam hubungannya dengan publik, haruslah senantiasa mengorganisasikan pesan agar stimulus yang ada pada publik akan diterima dengan baik dalam hal ini mencapai citra yang baik. Maka berikut ini terdapat bagian dari orientasi *Public Relations* , yakni *image building* (membangun citra).

Berdasarkan penjelasan di atas penulis memahami bahwa terdapat empat komponen pembentukan citra, yaitu persepsi, kognisi, motivasi dan sikap. Persepsi diartikan sebagai hasil pengamatan unsur lingkungan dimana kemampuan mempersepsi inilah dapat melanjutkan proses pembentukan citra dengan memberikan informasi-informasi kepada individu untuk memunculkan suatu keyakinan. Sehingga dari keyakinan tersebut timbul suatu sikap pro dan kontra tentang produk, dari sikap itulah terbentuknya citra yang positif atau negatif.

Citra merupakan sesuatu yang bersifat abstrak karena berhubungan dengan keyakinan, ide dan kesan yang di peroleh dari suatu objek tertentu baik dirasakan secara

langsung melalui panca indra maupun mendapatkan informasi dari suatu sumber. Citra sendiri akan melekat pada setiap diri individu tanggapan positif maupun negatif tergantung pada proses pembentukannya dan pemaknaan dari objek sasaran pembentukan citra. Maka dari itu proses citra bisa membuat terjadinya imagologi.

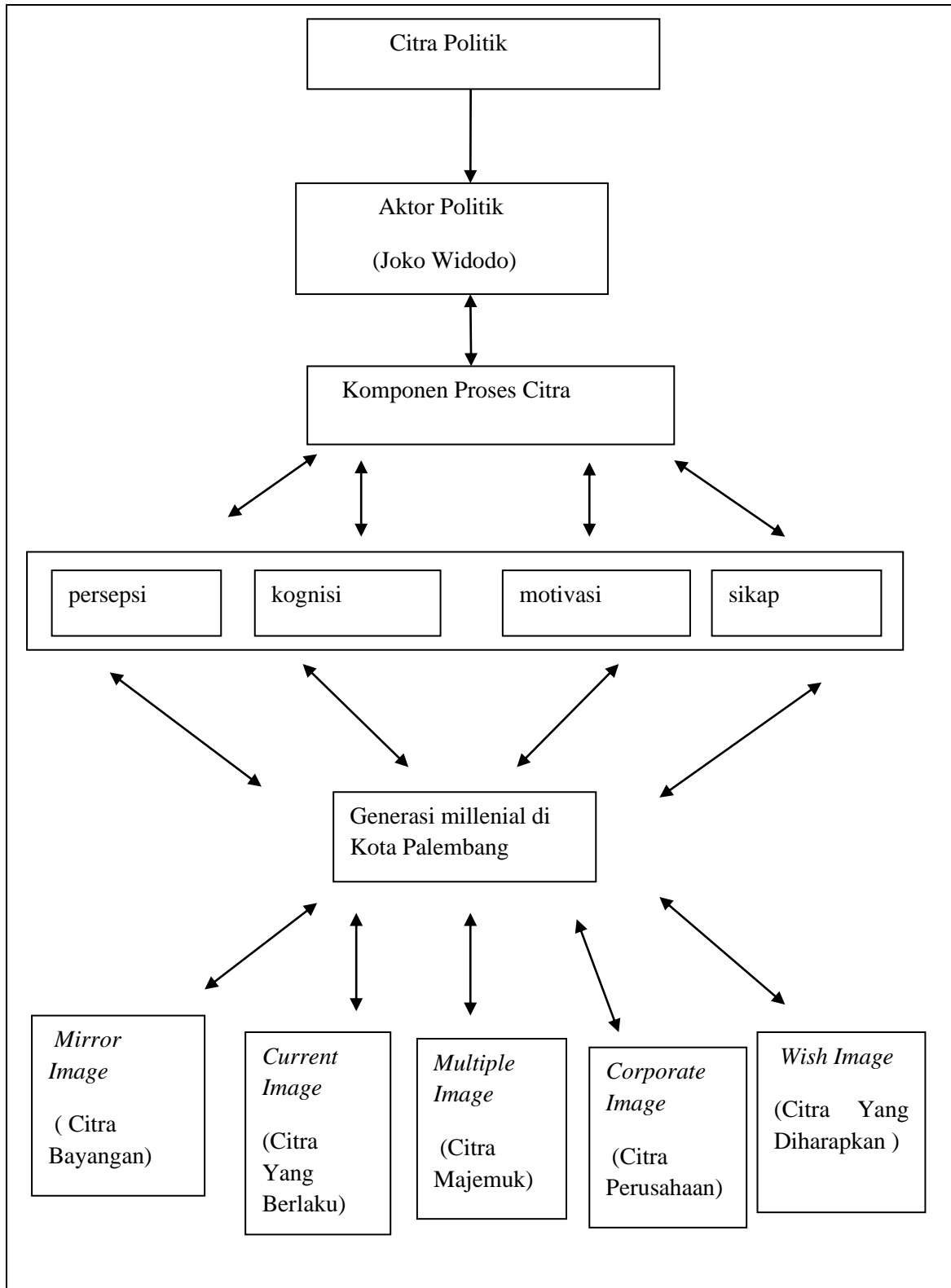
Jefkins menyebutkan beberapa pembentuk citra (*image*). Terdapat lima jenis citra menurut Frank Jefskins, yakni:²⁴

- a. *Mirror Image* (citra bayangan). Citra ini melekat pada orang dalam atau anggota-anggota organisasi-biasanya adalah pemimpinnya-mengenai anggapan pihak luar tentang organisasinya. Dalam kalimat lain, citra bayangan adalah citra yang digunakan oleh para elit politik untuk mendapatkan informasi dari organisasinya. Citra ini seringkali tidak tepat, sebagai akibat dari tidak memadainya informasi, pengetahuan ataupun pemahaman yang dimiliki oleh kalangan elit politik dalam organisasi itu mengenai pendapat atau pandangan pihak-pihak luar. Dalam situasi yang biasa, sering muncul fantasi semua orang menyukai kita.
- b. *Current Image* (citra yang berlaku). Citra yang berlaku adalah suatu citra atau pandangan yang dianut oleh pihak-pihak elit politik di suatu organisasi. Citra ini sepenuhnya ditentukan oleh banyak sedikitnya informasi yang dimiliki oleh mereka yang mempercayainya.
- c. *Multiple Image* (citra majemuk). Yaitu adanya *image* yang bermacam-macam dari publiknya terhadap organisasi tertentu yang ditimbulkan oleh mereka yang mewakili organisasi kita dengan tingkah laku yang berbeda-beda atau tidak seirama dengan tujuan atau asas organisasi kita.

²⁴Soemirat, Sholeh dan Elfinaro Ardianto, *Op.Cit.*, Hlm.15.

- d. *Corporate Image* (citra perusahaan). Apa yang dimaksud dengan citra perusahaan adalah citra dari suatu elit politik secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra atas produk dan pelayanannya.
- e. *Wish Image* (citra yang diharapkan). Citra harapan adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen atau suatu organisasi. Citra yang diharapkan biasanya dirumuskan dan diterapkan untuk sesuatu yang relatif baru, ketika khalayak belum memiliki informasi yang memadai mengenainya.

Gambar 1.2 Kerangka Pendekatan Teori



Proses ini menunjukkan bagaimana citra politik berawal dari aktor politik yang dilakukan oleh Joko Widodo, selanjutnya si aktor politik membentuk empat komponen pembentukan citra yaitu persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap. Dari empat komponen pembentukan citra ini adalah generasi millennial yang memprosesnya, selanjutnya sehingga menunjukkan bahwa terjadi prosesnya citra (*image*) dan ada lima jenis citra terdapat yaitu citra bayangan, citra yang berlaku, citra majemuk, citra perusahaan, dan citra yang di harapkan.

2. Generasi Millennial

Generasi millennial dikenal juga dengan sebutan generasi Y atau milenium. Ungkapan generasi Y mulai dipakai pada editorial koran besar Amerika Serikat pada Agustus 1993.²⁵ Generasi millennial ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti email, SMS, *instant messaging*, dan media sosial seperti Facebook, dan Twitter. Dengan kata lain, generasi millennial adalah generasi yang tumbuh pada era *internet booming*. Lyons mengungkapkan ciri-ciri dari generasi millennial adalah karakteristik masing-masing individu berbeda tergantung dimana ia dibesarkan, strata ekonomi, dan sosial keluarganya, pola komunikasinya sangat terbuka dibanding generasi-generasi sebelumnya.²⁶ Pemakai media sosial yang fanatik dan kehidupannya sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi. Lebih terbuka dengan pandangan politik dan ekonomi. Sehingga mereka terlihat sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekelilingnya, memiliki perhatian yang lebih terhadap kekayaan.

²⁵ Yanuar Surya Putra, Teori Perbedaan Generasi, *Theoretical Review*, Jawa Tengah: STIE AMA Salatiga, h. 129.

²⁶ Yanuar Surya Putra, *Op.Cit.*, Hal. 16.

Generasi millennial merupakan kelompok usia produktif yang dapat diuraikan kembali bahwa usia produktif ini penduduk yang memiliki tahun kelahiran antara tahun 1981 sampai dengan tahun 2000.²⁷ Generasi millennial atau sering disebut generasi masa kini yang menarik perhatian, generasi ini merupakan pertama yang menghabiskan seluruh hidup mereka pada lingkungan digital, yang tentu saja berimplikasi pada bagaimana cara hidup dan bekerja. Menurut beberapa penelitian, generasi ini disebut *greatest generation* namun ada juga yang menyebut sebagai generasi cengeng, yaitu anak-anak muda yang memperturutkan kemauan hati secara berlebihan dan dilindungi secara berlebihan yang tidak mampu mengatasi pekerjaan yang biasa saja tanpa adanya petunjuk atau bantuan.

Generasi millennial diantaranya ditandai dengan karakteristik sebagai berikut:²⁸

a. *Digital Immersion*

Generasi millennial tidak hanya nyaman dengan menggunakan teknologi. Teknologi dan perkembangannya sangat berpengaruh untuk generasi ini.

b. *Mentalitas Open Source*

Kekuatan dari generasi millennial berasal dari pengaruh facebook, twitter, wikipedia, dan media sosial lain yang memiliki pengaruh dalam membentuk perdangan, politik, pendidikan, dan struktur sosial. Berdasarkan pengalaman mereka, generasi milelnial memiliki asumsi bahwa semua infomasi penting dapat dikumpulkan dengan sentuhan tangan.

²⁷<http://www.bps.go.id> diakses pada 14 Maret 2019.

²⁸Satria Aji Setaiwan, (2018), *Persepsi Struktur Organisasi Bagi Generasi Millennial*, Jakarta, h.104.

c. *Contact Creation*

Generasi millennial tidak pernah puas hanya dengan mendapatkan dan menggunakan informasi, mereka juga akan mencari cara untuk membuat informasi melalui blog, media interaktif, twitter, dan media sosial lainnya. Membagikan informasi lewat blog adalah salah satu contoh yang membuktikan bahwa generasi millennial ingin menangkap, mengorganisasikan, dan menyebarkan pemikiran, opini, dan pengalaman mereka.

d. *Menyukai Fleksibilitas*

Generasi millennial adalah generasi yang menyukai fleksibilitas kerja dan karir. Selanjutnya, sebagai *digital native*, generasi millennial percaya bahwa mereka dapat bekerja dengan lebih efisien dengan memanfaatkan teknologi. Contohnya adalah menghilangkan waktu untuk hal-hal yang tidak perlu, non-esensial, interaksi tatap muka yang terjadi dalam pengaturan kantor pada umumnya.

Istilah generasi X, Y, dan Z digunakan The Sydney Morning Herald, untuk merujuk kepada kelompok generasi dalam kumpulan umur tertentu. Kemudian, Don Tapscott dalam bukunya *Grown Up Digital* membagi demografi penduduk dalam beberapa kelompok sebagai berikut:²⁹

Pre Baby Boom - Generasi Veterans (lahir 1945 dan sebelumnya) adalah generasi tertua yang berumur sekitar 70 tahun ke atas yang lebih dikenal dengan sebutan generasi 45 di Indonesia. Pengalaman hidup yang lebih lama membuat generasi ini dianggap sebagai generasi yang adaptif yaitu generasi yang mudah menerima dan menyesuaikan diri dengan keadaan.

²⁹Muchammad Andhika Supriyanto, (2016), *Ini perbedaan Generasi dan Kelebihannya*, <http://m.tribunnews.com>, diakses pada 11 Maret 2019.

***The Baby Boom* (lahir antara 1946 sampai 1964).** Lahir selepas perang dunia kedua disebut *baby boom* karena pada masa ini penambahan angka kelahiran cukup tinggi sebagai imbas dari perang dunia kedua yang menewaskan banyak korban. Generasi ini dikenal sebagai generasi pekerja keras dan idealis tetapi kurang adaptif. Mereka hidup mandiri dan tidak bergantung pada keluarga.

***The Baby Bust- Gen X* (lahir 1965 sampai 1976).** Dikenal dengan sebutan *1th generation* dan *baby bust*. Tidak ada tahun lahiran tepat yang disetujui secara universal. Mereka yang dilahirkan pada akhir 1960an hingga awal 1980an (tidak lebih dari 1982). Orang yang lahir pada masa ini dikenal dengan pemecah masalah yang sangat handal dan *good manager*. Komputer, TV kabel, dan internet sudah mulai berkembang namun generasi ini merasakan “abad kegelapan” dimana akses internet masih lemot.

***The Echo Of The Baby Boom– Gen Y* (lahir antara 1977-1997).** Generasi ini juga populer dengan sebutan *millennial generation*, *generation next*, *net gen* dan *echo boomers* yang lahir sekitar tahun 1977 hingga 1997. Waktu generasi ini lahir, teknologi komunikasi tengah gencar dikembangkan. Ponsel dan internet belum terintegrasi tapi sudah *booming* sms, email, dan pesan instan. Ketika generasi Y mulai remaja, muncullah media sosial seperti facebook atau twitter serta games online. Koneksi internet sudah mulai membaik dan mulai mudah diakses sehingga membuat generasi ini sangat kecanduan internet.

Generation Net – Generation Z (lahir antara 1998-2010). Disebut juga generasi internet mereka memiliki kesamaan dengan generasi Y tetapi mereka mampu mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu. Sejak lahir generasi Z sudah

berhubungan dengan beragam aplikasi internet. Sehingga generasi ini sangat mudah beradaptasi dengan teknologi komunikasi.

Generasi Alfa (lahir 2010 hingga sekarang). Generasi yang sangat terdidik karena masuk sekolah lebih awal dan banyak belajar memiliki orang tua yang kaya dengan sedikit saudara kandung. Kemampuan yang melebihi generasi lain dan generasi tua yang seiring waktu akan menghilang membuat generasi ini akan punya luang kerja yang sangat tinggi menjelang tahun 2020.

Tetapi peneliti fokus ke generasi millennial di Kota Palembang, yang dimaksud dengan generasi millennial disebut adalah generasi yang lahir tahun 1980-2000 an di Kota Palembang. Generasi itu juga disebut sebagai generasi praktis, karena semestinya generasi millennial memiliki penggunaan akses internet untuk mendapatkan informasi.

G. Metodologi Penelitian

1. Pendekatan/ Metode Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif, ialah menggambarkan keadaan seperti yang telah terjadi saat ini, sehingga penulis hanya bisa melaporkan apa yang telah terjadi apa adanya menggunakan susunan kata-kata.³⁰ Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll.³¹

Terhadap metode studi kasus yaitu strategi penelitian dimana di dalamnya peneliti menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses, atau

³⁰ C.R Kothari, (1990), *Research Methodologi, Methods and Techniques (Second Revises Edition)*, India: New Age International, h. 2.

³¹ Lexy J. Moleong, (2007), *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, h. 6.

sekelompok individu³², berkaitan dengan fenomena yang penulis teliti dalam penelitian ini, citra politik Presiden Joko Widodo pada generasi millennial di Kota Palembang.³³ Penelitian (*Research*) pendekatan kualitatif dilakukan dengan cara terjun ke lapangan untuk meneliti objek kajian dalam, yakni generasi millennial di Kota Palembang maka dari itu jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*).

Penelitian lapangan adalah suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada di lapangan.³⁴ Prosedur penelitiannya bersifat menjelaskan, menggambarkan dan menafsirkan hasil penelitian dengan susunan kata atau kalimat sebagai jawaban atas permasalahan yang diteliti berkaitan dengan imagologi politik Joko Widodo bagi generasi millennial di Kota Palembang.

2. Data dan Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari orang-orang yang terlibat langsung darisebuah peristiwa yakni generasi millennial di Kota Palembang.³⁵ Data primer dalam penelitian ini diambil dari informan individu yang telah ditunjuk sebagai kunci dari pengayaan sumber data. Generasi millennial dalam penelitian ini adalah informan diambil secara sengaja, tetapi dengan pertimbangan dan kriteria tertentu yang sudah penulis tentukan. Untuk kedalaman penelitian kualitatif pemilihan informan penelitian

³² John W. Creswell, (2010), *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*, Yogyakarta: PT. Pustaka Pelajar, h. 20.

³³ C.R. Kothari, *Op.Cit.*, h. 3.

³⁴ Suharismi Arikunto, (1995), *Dasar-Dasar Research*, Bandung: Tarsoto, h. 58.

³⁵ Sugiyono, (2009), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, cet. Ke 8, Bandung: Alfabeta, h. 137.

didasarkan pada beberapa kriteria, yaitu:informan generasi millennial dan warga Kota Palembang. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Palembang yaitu:

- a. Informan telah lama dan intensif menyatu dengan kegiatan atau aktivitas yang menjadi sasaran atau perhatian peneliti.
- b. Informan yang masih terikat secara penuh aktif pada lingkungan atau kegiatan yang menjadi sasaran atau perhatian peneliti.
- c. Informan yang mempunyai cukup waktu atau kesempatan untuk dimintai informasi. Usia produktif mulai tahun 1981 sampai dengan 2000.
- d. Informan yang dalam memberikan informasi tidak cenderung diolah atau dikeas terlebih dahulu

Adapun yang menjadi sumber informasi dalam penelitian ini adalah 20 informan dari 10 Kecamatan yang ada di Kota Palembang. Pemilihan informan tersebut didasarkan kepada kriteria yang sudah penulis rumuskan. Kemudian data sekunder, data sekunder adalah data yang berfungsi sebagai penunjang dari data primer.³⁶ Data sekunder diperoleh dari dokumen, berkas, atau gambar,buku,artikel,jurnal yang berkaitan dengankonsep berkaitan imagologi politik Joko Widodo bagi generasi millennial di Kota Palembang.

Tabel 1.3 Informan Penelitian

No	Informan	Usia	Pekerjaan	Alamat (Kecamatan)
1	Huzairin	25	Pengawai Hotel Arista	Sukarami
2	Rahma Dhyanti Putri	18	Mahasiswa Poltek	Sukarami
3	Eko Selamat Rianto	23	Mahasiswa Tridinanti	Kalidoni
4	Peri Anggara	23	Kantor BPJS	Kalidoni
5	Husen	23	Mahasiswa Muhammadiyah	Iilir Barat I
6	Aldi Rahadian Putra	24	Swasta	Iilir Barat I
7	Rusmelli	22	Mahasiswa UNSRI	Sako
8	Dzaki	22	Wiraswasta	Sako
9	Nilam Apriliani	18	Mahasiswa Bina Darma	Iilir Timur II

³⁶ Sugiyono, *Op.Cit.*, h. 137.

	Elfian			
10	Zulhan Erlangga	21	Remidial officer PT Adira Dinamika Multi Finance	Iilir Timur II
11	Miftahul Jannah	20	Mahasiswa PGRI	Seberang Ulu II
12	Ilham	23	Pengusaha	Seberang Ulu II
13	Nailus	21	Mahasiswa PGRI	Alang-Alang 14Lebar
14	Oka Karmila	23	Pengawai Konter HP	Alang-Alang Lebar
15	Dia Sari	27	Kantor Lurah	Seberang Ulu I
16	Ansori	23	Mahasiswa UIN Raden Fatah	Seberang Ulu I
17	Andreas Yudistira	27	Wiraswasta	Kemuning
18	Rafli Sepyando	24	Pengawai Dishub	Kemuning
19	Sri Hartati	21	Mahasiswa Tridinanti	Jakabaring
20	Rahmat	24	Wiraswasta	Jakabaring

Sumber : Diolah Dari Peneliti

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui metode observasi. Teknik observasi adalah pengamatan atau peninjauan di dalam sebuah penelitian dalam mencari dan mendapatkan data untuk mendukung adanya suatu kajian yang diteliti.³⁷ Menurut Cartwright, observasi adalah suatu proses melihat, mengamati, dan mencermati serta merekam perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu. Inti dari observasi yaitu adanya perilaku yang tampak dan adanya tujuan yang ingin dicapai.³⁸ Observasi yang peneliti lakukan dalam penelitian ini adalah berupa pengamatan terhadap imagologi politik Joko Widodo bagi generasi millennial di Kota Palembang.

b. Wawancara

³⁷Sugiyono, *Op.Cit.*, h.71.

³⁸ Haris Herdiansyah , (2010), *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta:Salemba Humaika, h. 13.

Wawancara adalah suatu metode pengumpulan data dengan tanya jawab sepihak yang dikerjakan secara sistematis dan berdasarkan pada tujuan penelitian.³⁹ Proses dalam wawancara adalah tanya jawab secara lisan oleh dua orang atau lebih untuk mendengarkan informasi-informasi atau keterangan-keterangan. Wawancara bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang rinci, berisi pendapat, sikap, dan pengalaman pribadi dari generasi millennial berdasarkan Badan Pusat Statistik mulai lahir tahun 1981 sampai dengan 2000 dan usia produktif. yang terlibat dalam proses imagologi politik Joko Widodo bagi generasi millennial di Kota Palembang. Terdapat 20 informan dari 10 Kecamatan yang ada di Kota Palembang. Untuk wawancara penulis menggunakan alat perekam selama proses wawancara berlangsung untuk mengantisipasi hilangnya informasi.

c. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu.⁴⁰ Dokumen yang digunakan peneliti disini adalah berupa dokumen, gambar, catatan serta data-data. Pada peneliti kali ini, peneliti mengumpulkan dokumen yang berasal dari Badan Pusat Statistik dan beberapa buku yang mengenai imagologi politik Joko Widodo bagi generasi millennial di Kota Palembang.

4. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian di Kota Palembang merupakan alur yang paling utama dalam menangkap fenomena atau peristiwa yang sebenarnya terjadi dari obyek yang diteliti dalam rangka mendapatkan data-data penelitian yang akurat. Penentuan lokasi ditentukan peneliti dengan sengaja. Cara penentuan lokasi penelitian ditempuh dengan

³⁹ Sutrisno Hadi, (1987), *Metodologi Research II*, Yogyakarta: Andi Offset, h.193.

⁴⁰ Sugiyono, *Op.Cit.*, h. 240.

jalan mempertimbangkan kesesuaian antara permasalahan dengan peristiwa tempat berlangsungnya permasalahan itu.⁴¹ Badan Pusat Statistik mengkatagorikan mulai lahir 1981 sampai dengan 2000 itu disebut generasi millennial. Lokasi Penelitian dari penelitian ini adalah di Kota Palembang, Sumatera Selatan. Tetapi Fokus dari penelitian ini adalah dalam bagaimana imagologi politik Joko Widodo bagi generasi millennial di Kota Palembang. Hal ini dikarena Kota Palembang merupakan kota yang memiliki generasi millennial terbanyak di Sumatera Selatan.

5. Teknik Analisis Data

Model analisis data dalam penelitian ini menggunakan empat tahapan yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.⁴² Empat tahap tersebut dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dari beberapa informan individu generasi millennial di Kota Palembang yang berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) generasi millennial yang lahir mulai dari tahun 1981 sampai dengan 2000. Kemudian dicatat dan dikumpulkan, data tersebut berisi tentang hasil tanya jawab dengan informan yang ditulis secara lengkap.

2. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Reduksi data dilakukan dengan pemilihan, penyederhanaan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan tertulis di lapangan. Reduksi data bertujuan untuk memberi

⁴¹ Lexy J. Moleong, (2001), *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya. h. 86.

⁴² Miles, B. Mathew dan Michael Huberman, (1992), *Analisis Data Kualitatif* Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru, Jakarta: UI Press. h. 15.

gambaran dan mempertajam hasil dari pengamatan yang sekaligus untuk mempermudah kembali pencarian data yang diperoleh.

3. Penyajian Data

Penyajian data dibatasi sebagai sekumpulan informasi yang tersusun dan memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan lebih lanjut. Penyajian data cenderung mengarah pada penyederhanaan data kompleks kedalam kesatuan bentuk yang sederhana dan selektif sehingga mudah dipahami.

4. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Penarikan kesimpulan merupakan proses untuk merangkum data-data yang telah direduksi ataupun telah disajikan. Tahap ini merupakan interpretasi peneliti, dimana peneliti menggambarkan makna dari data yang disajikan. Kesimpulan ini merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan tersebut dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih abstrak sehingga setelah diteliti menjadi jelas sehingga tidak terjadi salah pemaknaan dalam penyimpulan tersebut.

H. Sistematika Penulisan Laporan

Dalam penelitian ini penulis membagi sistematika penulisan ke dalam 4 bab yaitu:

Bab pertama, terlebih dahulu diuraikan tentang pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian yang didalamnya terdapat tipe penelitian, pendekatan penelitian, jenis penelitian, dan sumber yang digunakan, teknik pengumpulan data, analisis data dan sistematika pembahasan.

Bab kedua, membahas tentang gambaran umum lokasi penelitian, yang terdiri dari letak geografis, topografi, kependudukan, tingkat pendidikan, dan generasi millennial di Kota Palembang. Lokasi dari penelitian ini adalah di Kota Palembang, Sumatera Selatan. Tetapi Fokus dari penelitian ini adalah masyarakat generasi millennial per Kecamatan yang berusia 17 tahun sampai dengan 37 tahun. Yang terlibat dalam imagologi politik Joko Widodo bagi generasi millennial di Kota Palembang.

Bab ketiga, pada bab ini dibahas mengenai proses analisis dan pemaknaan data yang telah didapat. Data-data yang telah didapat dianalisis menggunakan alat analisis berupa teori dari Frank Jefskins mengenai imagologi politik Joko Widodo bagi generasi millennial di Kota Palembang. Yang dipakai dalam penelitian ini, sehingga dapat menjawab perumusan masalah yang terdapat pada bab pertama dan biografi Joko Widodo.

Bab keempat, penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran yang merupakan rangkuman dari keseluruhan isi dari penelitian, bagian ini adalah bab terakhir dari penelitian ini yang membahas tentang bagaimana imagologi politik Joko Widodo bagi generasi millennial di Kota Palembang.