

## ***Trend Kotak-Kotak Dalam Pilkada***

**Rizki Fatia Rosida\***

### ***Abstract***

*This paper examines the plaid shirt trends in the election of regional heads in Indonesia. This shows that symbolic politics are being crowded in the fight for formal power. The plaid shirt is no longer neutral, but has been transformed into a PDIP in every election event. Political symbols then became a very prominent political and cultural commodity in a party of democracy at the local level. This study will be a new trend in the study of political science and government in the future.*

**Keywords:** *political symbols; elections; power.*

### ***Abstrak***

Tulisan ini menelaah tren warna kotak-kotak dalam pemilihan kepala daerah di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa politik simbol sedang ramai digunakan dalam pertarungan mendapatkan kekuasaan formal. Baju kotak-kotak tidak lagi netral dipahami, tetapi sudah menjelma menjadi milik PDIP dalam setiap perhelatan pemilu. Politik simbol kemudian menjadi komoditas politik dan kultural yang sangat menonjol dalam pesta demokrasi di tingkat lokal. Kajian ini akan menjadi trend baru dalam studi ilmu politik dan pemerintahan ke depan.

**Kata kunci:** *politik simbol; pilkada; kekuasaan.*

---

\*Korespondensi:  
LSM Bojonegoro

## **Pengantar**

Kotak-kotak telah menjelma menjadi ikon kultural yang diselipkan secara politik dalam kehidupan sehari-hari. Begitu masifnya, Kotak-kotak yang awalnya hanya sekedar simbol diferensiasi Jokowi-Basuki terhadap pasangan lain, kini menjadi ikon yang menandai ide politik. Kotak-kotak menjelma menjadi trend politik dan disebut sebagai Jokowi's effect. Hal ini bisa dibuktikan ketika Rieke-Tetan serta merta juga mengusung ide perubahan bagi Jawa Barat dan meminjam ikon kotak-kotak yang dipopulerkan oleh Jokowi.

**Kompas**, 14 November 2012

Pola dan strategi berkampanye para politisi di Indonesia selama ini cenderung seragam alias monoton. Bisa dikatakan, semua politisi melakukan strategi yang sama yaitu dengan menebar selebaran, memasang spanduk, atau membagikan kaos bergambar sang politisi. Kemudian Jokowi hadir menggebrak strategi kampanye yang membosankan yaitu dengan ide yang sederhana namun kreatif. Pemilihan baju bermotif kotak-kotak adalah sesuatu yang sangat sederhana tetapi kita tahu strateginya berhasil dalam Pilkada DKI Jakarta.

Alasan mengangkat judul ini adalah pertama, belum banyak penulis yang mengangkat judul ini. Kedua, trend Kotak-kotak menampilkan sesuatu berbeda. Ketiga, trend kotak-kotak menjadi trend identitas dalam perpolitikan Indonesia. Kita mengetahui motif kemeja kotak-kotak tidak asing dan sering dipakai anak muda. Bahkan untuk mendapatkan baju kotak-kotak begitu banyak terpanjang di kaki lima. Menurut penulis, baju kotak-kotak bukanlah motif yang baru, sepanjang hidup penulis motif ini tidak pernah tergeser oleh laju modernisasi motif lainnya. Disinilah penulis melihat adanya satu keunikan yang ditampilkan, dimana tidak ada logo khas yang diselipkan dalam pakaian itu yang mencirikan pribadi pasangan Jokowi-Ahok yang tampil sederhana dengan apa adanya, bukan ada apanya.

## **Makna Interaksi Simbolik**

Berkaitan dengan judul di atas, maka penulis memberikan pengertian mengenai teori simbolik yaitu dari tokoh Herbert Blumer dan George Herbert Mead yang pertama kali mendefinisikan teori *symbolic interactionism* (West, 2008: 5). Blumer mengutarakan tentang tiga prinsip utama interaksionisme simbolik, yaitu tentang pemaknaan (*meaning*),

bahasa (*language*), dan pikiran (*thought*). Premis ini nantinya mengantarkan kepada konsep diri seseorang dan sosialisasinya kepada komunitas yang lebih besar, masyarakat.

Blumer mengajukan premis pertama, bahwa *human act toward people or things on the basis of the meanings they assign to those people or things*. Maksudnya, manusia bertindak atau bersikap terhadap manusia yang lainnya pada dasarnya dilandasi atas pemaknaan yang mereka kenakan kepada pihak lain tersebut. Premis kedua Blumer adalah *meaning arises out of the social interaction that people have with each other*. Pemaknaan muncul dari interaksi sosial yang dipertukarkan di antara mereka. Makna bukan muncul atau melekat pada sesuatu atau suatu objek secara alamiah. Makna tidak bisa muncul “dari sananya”. Makna berasal dari hasil proses negosiasi melalui penggunaan bahasa (*language*) dalam perspektif interaksionisme simbolik.

Premis ketiga Blumer adalah *an individual's interpretation of symbols is modified by his or her own thought process*. Interaksionisme simbolik menggambarkan proses berpikir sebagai perbincangan dengan diri sendiri (Poloma, 1984: 276-277). Proses berpikir ini sendiri bersifat refleksif. Namun, masalahnya menurut Mead adalah sebelum manusia bisa berpikir, kita butuh bahasa. Kita perlu untuk dapat berkomunikasi secara simbolik. Bahasa pada dasarnya ibarat *software* yang dapat menggerakkan pikiran kita (Mulyana, 2001: 77).

Dari teori interaksi simbolik dari Herbert Blumer dan George Herbert Mead yang memiliki tiga premis, penulis setuju dengan premis pertama yaitu pemaknaan (*meaning*). Dan bila dikaitkan dengan simbol kotak-kotak Jokowi bahwa masyarakat itu bertindak terhadap Jokowi berdasarkan makna yang diberikan Jokowi kepada mereka. Asumsi ini menjelaskan perilaku Jokowi sebagai suatu rangkaian pemikiran dan perilaku yang dilakukan secara sadar antara rangsangan dan respon masyarakat Jakarta. Makna yang diberikan pada simbol Kotak-kotak merupakan produk dari interaksi sosial dan menggambarkan kesepakatan untuk menerapkan makna tertentu pada simbol tertentu pula dari Jokowi sendiri, sehingga menjadi trend politik *Jokowi's effect*.

### **Memahami Kemeja Kotak-kotak**

Banyak cara dilakukan pasangan calon gubernur atau calon pemimpin yang lainnya untuk menarik simpati warga. Dan berpakaian adalah cara yang paling mudah untuk mencirikan seseorang dengan yang lainnya. Mungkin bisa jadi, ketika pasangan

berpakaian dengan gaya yang berbeda, itu akan menjadi simbol dan ciri khas tersendiri. Bagi sebagian orang, dengan hanya mengenal nama dan wajah, mungkin akan sulit. Tapi, bila pakaian dijadikan ciri khas yang ditonjolkan, maka ingatan orang akan tertuju ke sana.

Kemeja kotak-kotak memiliki pesan tersendiri. Sebagaimana dituturkan Andi Dea Lovitasari bahwa:

“Kemeja yang berbentuk segiempat yang biasa dan sering digunakan oleh semua usia serta simbol yang mudah diingat oleh kalangan masyarakat. Bahkan, Andi berpendapat jika dikaitkan dengan kemeja kotak-kotak Jokowi menyatakan bahwa simbol yang dikenakan berlambangkan kemeja berwarna merah sesuai dengan warna partai yaitu PDI-P” (West, 2008: 5).

Karena itu dengan mengenakan kemeja kotak-kotak, bisa dilihat bahwa kotak-kotak mencirikan kesantiaian dalam bertindak tetapi cepat langsung membaaur dengan kondisi masyarakat. Karena memang, kita mengetahui bahwa kemeja kotak-kotak merupakan fashion santai bagi kalangan masyarakat. Bahkan laki-laki maupun perempuan bisa memakainya dalam hal apapun yang terkesan mudah dikenal dan diingat oleh seseorang.

### ***Fashion dan Politik***

Dalam ajang menarik simpati publik dalam perpolitikan, maka calon pemimpin yang menginginkan jabatan tertentu ingin menyampaikan pesan ke rakyat siapa dirinya yaitu melalui fashion atau cara berbusana. Ibaratnya dagangan, fashion bagian dari kemasan atau bungkus yang bisa menjadi daya tarik konsumen. Ada ideologi tertentu dibalik pakaian yang dikenakan seseorang. Ada identitas dan pesan yang ingin disampaikan seseorang melalui pakaian yang dikenakannya. Pakaian adalah media ampuh untuk membangun citra diri atau self-image untuk menunjukkan siapa diri dan statusnya (<http://www.scribd.com/doc/24005257/Pengertian-pakaian-makalah>).

Mengapa Jokowi-Ahok tidak memilih jas dan dasi sebagai kostum kampanyenya? Menurut penulis, baju jas dan dasi seperti menciptakan semacam jarak sosial dengan rakyat kecil. Jas dan dasi bukan baju rakyat. Kalau pejabat datang ke rakyatnya memakai jas dan dasi sepertinya mereka sudah membatasi diri dan menunjukkan identitas siapa

mereka dan siapa rakyat yang di bawah. Benar tidaknya pendapat ini bisa dicek dengan membayangkan bagaimana kalau Jokowi blusukan ke pasar-pasar tradisional atau ke kampung-kampung kumuh dengan memakai jas dan dasi.

Pilihan pada baju motif kotak-kotak bisa diartikan kesiapan atau fokus pada penyelesaian masalah di lapangan dan berinteraksi langsung dengan rakyat tidak melalui komando di gedung kantor mewah ber-ac. Baju kotak-kotak juga terkesan egaliter artinya tidak ada simbol status dan identitas apapun yang bisa dilekatkan disitu.

Baju kotak-kotak Jokowi bagaimana pun telah menjadi bagian dari euforia politik. Terbukti makin banyak orang yang tertarik ingin memiliki baju kotak-kotak dan tentu saja ini membahagiakan para pedagang di pasar-pasar tekstil. Minat atau kesukaan pada baju kotak-kotak Jokowi bisa dibaca sebagai sinyal atau indikasi kepada siapa rakyat menjatuhkan pilihannya. Bukan baju kotak-kotak itu yang menimbulkan ketakutan, tetapi simbol dan identitas dan kuasa politik dibalik baju tersebut. Begitu berkuasanya baju kotak-kotak pasangan Jokowi-Ahok sehingga bisa menjadikan sensi lawan politik (Tempo, 2012).

### **Kotak-kotak menjadi Trend Setter**

Kotak adalah kubus berbentuk persegi empat yang memiliki dimensi ruang. Motif kotak-kotak sebagai *trend setter* yang bisa dipasarkan pada momen pilkada maupun pasca pilkada yang dapat memberikan penghasilan baru bagi masyarakat. Kotak-kotak pun memberikan pengaruh pada obyektifitas masyarakat untuk tertarik ikut serta memberikan kontribusi hak suaranya. Dengan kemudian mempengaruhi kalangan pemilih yaitu kalangan kelas menengah dan pemilih pemula, sebagaimana pemilih pemula adalah kalangan anak muda, jumlah pemilih pemula begitu banyak sehingga mempengaruhi pilihan mereka dengan motif kotak-kotak tersebut. Hikmah motif Kotak-kotak, membalikkan logika berpikir masyarakat awam yang kadang terkotak-kotak oleh suku, agama, ras dan golongan (Kompasiana, 2012).

Untuk menguatkan logika ini, sangatlah mudah dengan melihat presentase pemilih dalam trend Kotak-kotak Jokowi yang dilakukan LSI dalam Pilkada DKI Jakarta. Lebih jelasnya, bisa dilihat pada tabel 1:

**Tabel 1. Putaran I KPUD DKI Jakarta pada tanggal 20 Juli 2012**

No	Nama Calon	Persentase
1.	Foke-Nara	34,42%

2.	Hendardji-Riza	1,85%
3.	Jokowi-Ahok	42,85%
4.	Hidayat-Didik	11,80%
5.	Faisal-Biem	4,75%
6.	Alex-Nono	4,41%

**Sumber:** <http://megapolitan.kompas.com//> diakses tanggal 29 Maret 2013

**Tabel 2 Putaran II oleh KPUDDKI Jakarta pada tanggal 29 September 2012**

No.	Nama Calon	Persentase
1.	Jokowi-Ahok	2.472.130 (53,82%) suara
2.	Foke-Nara	2.120.815 (46,18%) suara

**Sumber:** <http://megapolitan.kompas.com//> diakses tanggal 29 Maret 2013

Tabel 2 menggambarkan bahwa eksistensi trend kotak-kotak Jokowi-Ahok yang menjadi trend setter telah mengalihkan masyarakat DKI Jakarta untuk memilih pemimpin dengan mudah hanya memilih dan mengingat pakaian kotak-kotak dalam pencoblosan berlangsung, sehingga mengurangi angka jumlah golput yang banyak dikhawatirkan oleh berbagai pihak.

Hal yang lebih menarik lagi adalah Jokowi menggunakan baju kotak-kotak sebagai simbol dukungan untuknya. Namun, berbeda dengan model-model kampanye yang biasanya membagikan kaos sebagai uniform untuk pendukung, Jokowi malah menjual baju ikon dirinya kepada pendukungnya. Dalam berkampanye, Jokowi bukannya mengeluarkan dana untuk memberi atribut pada pendukungnya, malah mendapatkan keuntungan dari penjualan baju kotak-kotaknya.

Untuk mencukupi kebutuhan baju kotak-kotak, pihak Jokowi memproduksi:

90.000 potong baju dengan menggandeng UKM di Jakarta dan Soloraya sejak bulan April 2012. Baju-baju tersebut dijual dengan harga Rp100.000,00 per potong. Keuntungan penjualan baju tersebut digunakan untuk biaya kampanye. Meski tidak ada pembagian gratis, kini telah marak di Jakarta, bahkan di kota-kota lain orang-orang yang menggunakan baju ini. Seperti contoh, ribuan orang yang hadir di acara Halal Bihalal Jokowi-Ahok Sabtu 25 Agustus 2012 di Kantor Sekretariat Jakarta Baru, Menteng, menggunakan baju kotak-kotak. Dan pada tanggal 27 Agustus 2012 melaporkan penjualan baju kotak-kotak yang menjadi ciri khas pasangan calon Gubernur dan wakil Gubernur DKI Jakarta, Joko Widodo (Jokowi) dan Basuki Tjahaja Purnama (Ahok), mencapai 3.150 baju per hari, di 63 outlet (<http://www.ekoph.com/2012/08/jokowi-dan-paradigma>).

### **Trend Kotak-kotak sebagai Politik identitas**

Pada awalnya baju motif kotak-kotak sering dipakai penyanyi musik “country” dengan personel dengan gaya sederhana dan santai. Dari kutipan pendapat Titik Widayanti tentang politik identitas yaitu ketika identitas mengalami pergeseran seiring dengan perubahan kepentingan, maka identitas merupakan sesuatu yang politis. Dengan trend kotak-kotak dalam perpolitikan Indonesia bagaikan memiliki kepribadian dan identitas individu yang berbeda dan unik, Sehingga menyebabkan pergeseran kepentingan terkait dengan perebutan kekuasaan dan persaingan untuk mendapatkan posisi strategis dari suatu jabatan.

Jokowi membangun personal brand dalam kotak-kotak yang meyakinkan bahwa kotak-kotak itu miliknya, hanya Jokowi yang punya (Antarnews, 2012). Penggulungan lengan baju hingga ke siku juga menyiratkan pesan bahwa dia siap bekerja turun ke lapangan untuk menyelesaikan masalah di Ibu Kota Indonesia. Meskipun dari sisi motif dan mode baju kotak-kotak tersebut tidak ada yang istimewa. Konsistensi Jokowi mengenakan baju ini ketika berada di ruang publik, termasuk ketika tampil di stasiun televisi, menjadikan motif baju ini identik dengan Jokowi.

Padahal jika melihat asal Jokowi dari Surakarta (Solo), yang memiliki khas batik dan menjadi sentra batik. Tetapi pada akhirnya, pemilihan baju motif kotak warna merah putih dan hitam itu merupakan pilihan sadar yang diharapkan membentuk identitas diri pada Jokowi dan pasangannya. Menurut *pendapat kutipan Yulianto* (Antarnews, 2012), pemakaian baju dengan motif tertentu seperti itu memudahkan publik mengingat identitas seseorang, semacam politik identitas.

Dalam konteks trend politik, yang oleh beberapa pengamat politik disebut sebagai *Jokowi’s effect*, kotak-kotak telah menjelma menjadi trend politik. Dengan keberhasilan kemeja Kotak-Kotak yang dijadikan simbol perubahan oleh Jokowi-Basuki dalam Pilkada DKI Jakarta masih akan menjadi trend. Hal ini dibuktikan oleh efek Jokowi yang meluas ke daerah dalam tabel 3:

**Tabel 3. Jokowi’s effect ke berbagai daerah**

Nama	Daerah	Pemilihan	Partai
Andi Rudyanto- Andi Nawir	Sulawesi Selatan	Pilgub	Gerindra
Ibrahim Marsela- Muirun Awi	Bau-Bau, Sulawesi Tenggara	Pilkada	Koalisi PDIP- Golkar-PKS

Jantje Sayouw-Ivan Sarundajang	Minahasa, Sulawesi Utara	Pilkada	PDI Perjuangan
Ahmad Suwandi-Muhlis	Tangerang	Pilkada	PDIP-PAN
Rieke-Teten	Jawa Barat	Pilgub	PDIP Gerindra
Abah Anton-Sutiaji	Malang Raya	Pilkada	PKB dan Gerindra

**Sumber:** diolah dari berbagai sumber

Dari tabel di atas menggambarkan tentang effects Jokowi dengan kotak-kotaknya yang ditiru oleh para calon gubernur maupun daerah dalam mengambil simpati masyarakat bahkan mungkin yang tercantum dalam tabel tidak seluruhnya ditulis karena terlalu banyak. Tetapi dalam hal ini penulis tidak setuju dengan efek yang dilakukan calon lain untuk meniru Jokowi namun apa yang dilakukan para calon wajar dalam hal menduplikat strategi kampanye Jokowi. Yang terpenting adalah niat untuk membangun suatu daerah menjadi lebih baik dengan cara-cara yang bersih. Mungkin dari Turba (Turun ke bawah) secara langsung seperti yang dilakukan Jokowi patut ditiru oleh para calon lain agar bisa membangun daerahnya semakin baik.

### **Lima Harapan**

Barang yang bagus akan menjadi semakin menarik kalau dikemas dalam bungkus yang mencitrakan kualitas isinya. Demikian pula jika banyak orang suka dengan baju kotak-kotak Jokowi-Ahok, itu bukan karena sekedar tertarik dengan bajunya, tetapi terlebih pada simbol kekuatan dan pesan serta figur Jokowi yang dianggap memenuhi harapan publik. Baju kotak-kotak dalam hal ini telah beralih fungsi sebagai simbol yang bisa menyatukan aspirasi dan harapan akan perubahan.

Ada beberapa harapan yang perlu dicatat menurut tulisan online Aditya Thamrin (*penggiat kelompok diskusi "Mardika"*) mengenai trend kotak-kotak dalam perpolitikan Indonesia yaitu *Pertama*, perubahan tidak bisa diimpor dari luar (Berdikarionline, 2013). Banyak yang bermimpi bisa memindahkan semangat perubahan di Jakarta ke daerah. Namun, mereka lupa, bahwa faktor geopolitik dan dinamika perjuangan sosial masing-masing daerah lebih menentukan.

*Kedua*, di tengah meluasnya apatisme rakyat terhadap politik, faktor integritas (kejujuran, bersih, kesederhanaan) dan jejak rekam dari figur kandidat lebih menentukan. Dalam Pilgub DKI Jakarta, dua faktor itu dimiliki oleh Jokowi dan bertemu dengan kehendak rakyat yang menghendaki perubahan. Masalahnya, para peniru Jokowi belum tentu punya integritas dan jejak rekam seperti Jokowi.

*Ketiga*, di Pilgub DKI Jakarta, Jokowi mengusung proposal perubahan yang sangat jelas, yang dikemas dalam “Jakarta Baru”, yang dikampanyekan langsung oleh Jokowi dan sukarelawanannya hingga ke pelosok-pelosok kampung, gang-gang sempit, dari pertemuan ke pertemuan, dan dari rumah ke rumah. *Keempat*, model kampanye Jokowi yang mengandalkan Turba (Turun Ke Bawah) sangat efektif. Di situ terjadi proses mendengar, menyerap, dan diskusi mengenai berbagai persoalan yang dihadapi rakyat. Selain itu, militansi Jokowi menembus gang-gang sempit dan becek menjadi faktor penting mengapa rakyat menaruh kepercayaan padanya. Para peniru Jokowi belum tentu sanggup melakukan taktik ini.

Kelima, Jakarta adalah kota besar yang penduduknya terkonsentrasi, yang terbelah antara pemukiman kaum elit dan perkampungan kelas menengah dan kaum miskin. Hal ini memudahkan Jokowi-Basuki bergerak dari kampung ke kampung. Ini berbeda, misalnya dengan Jabar dan Sulsel, yang geografinya sangat luas dan penduduknya juga tersebar. *Terakhir*, Jokowi-Basuki dan timnya berhasil menciptakan gaya dan identitas politik yang kreatif dan orisinal. Ini yang membuat banyak kaum muda dan kelas menengah mendukungnya.

Dan harapan penulis dari tulisan online Aditya Thamrin (*penggiat kelompok diskusi “Mardika”*), semoga menjadi harapan ke depan bagi para calon pemimpin yang tidak hanya meniru fashion Jokowi tetapi juga identitas atau ciri khas yang peduli dan langsung turun ke bawah lapangan. Kita bisa melihat bahwa Jokowi *Effect* ini akan marak di ajang Pilkada sejumlah daerah. Namun apakah ini hanya sekedar trend bukan “menjual” kandidat-kandidat yang memiliki kepemimpinan yang kuat dan prorakyat. Bagaimanapun, karakteristik Jakarta dan warganya pastinya berbeda dan tidak sama dengan kondisi yang ada di daerah-daerah. Kesuksesan dan keberhasilan Jokowi di Pilkada DKI Jakarta adalah sebuah fenomena yang begitu menarik dan sangat wajar jika sejumlah kandidat di Pilkada daerah menjiplakan cara-cara dan strategi kampanye Jokowi.

### **Catatan Kritis**

Dari berbagai uraian di atas, terutama kaitannya dengan teori politik identitas, penulis mencoba menyimpulkan bahwa dengan memakai pakaian kotak-kotak, orang bisa mengidentifikasikan dirinya sebagai pihak yang melawan atau anti dengan simbol-simbol

dan jargon dominan yang selama ini menjadi identitas penguasa. Disadari atau tidak, setiap orang memiliki sifat dasar untuk menonjolkan atau mempertahankan identitasnya sebagai individu yang unik dan berbeda dari orang lain. Sementara sebagai identitas kelompok, politik yang terjadi adalah bagaimana cara kelompok tersebut menunjukkan keunikan atau ciri khasnya yang berbeda dari kelompok yang lain.

Intinya, yang disebut politik identitas adalah bagaimana cara seseorang atau sekelompok orang menunjukkan ciri khasnya yang unik dan berbeda dari individu atau kelompok lain untuk memperjuangkan kepentingannya. Politik identitas tersebut terjadi hampir di setiap lini kehidupan. Baik yang terjadi pada individu, maupun yang terjadi pada kelompok. Karena setiap individu atau kelompok pasti memiliki tujuan tertentu untuk memperjuangkan kepentingan yang akan menguntungkan dirinya sendiri atau kelompoknya (<http://www.acicis.murdoch.edu.au/hi/fieldtopics/pickles.pdf>).

Beberapa point penting yang dapat diambil diantaranya politik identitas terjadi baik dalam identitas sebagai individu maupun sebagai identitas kelompok. Salah satunya yang terjadi dalam trend kotak-kotak dalam perpolitikan Indonesia sebagai identitas kelompok, politik yang terjadi adalah bagaimana cara kelompok tersebut menunjukkan keunikan atau ciri khasnya yang berbeda dari kelompok lain (<http://iesdepedia.com/blog/2013/01/14/politik-identitas-teor/>). Jadi, dari sinilah kita mengetahui bahwa politik identitas bisa terjadi di mana saja dan dalam keadaan apapun. Sehingga, dengan adanya trend kotak-kotak dalam perpolitikan Indonesia menjadikan motivasi untuk meniru pemimpin yang baik agar pemimpin memiliki kharekteristik yang khas dalam identitasnya sebagai pemimpin.

### **Daftar Pustaka**

Antaranews. (2012, 3 April). Politik Identitas Baju Kotak-Kotak Jokowi. Diakses 29 Maret 2013, dari <http://www.antaraneews.com/berita/304621/politik-identitas-bajukotak-kotak-jokowi>

Kompasiana. (2012, 24 September). Kotak-kotak Menjadi Trend Setter. Diakses 29 Maret 2013, dari <http://ekonomi.kompasiana.com/marketing/2012/09/24/kotak-kotakmenjadi-trend-setter-495702.html>

Mulyana, D. (2001). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Rosda. Poloma, M. (1984). Sosiologi Kontemporer. Jakarta: Rajawali Press dan YSG.

Tempo. (2012, 10 November). Baju Kotak Rieke-Teten Hibah dari Jokowi. Diakses 29 Maret 2013, dari <http://www.tempo.co/read/news/2012/11/10/078440956/BajuKotak-Rieke-Teten-Hibah-dari-Jokowi>

West, R. (2008). Pengantar Teori Komunikasi. Jakarta: Salemba Humanika.

Berita Online

<http://iesdepedia.com/blog/2013/01/14/politik-identitas-teor/> diakses pada tgl 29 Maret 2013

<http://www.acicis.murdoch.edu.au/hi/fieldtopics/pickles.pdf> diakses pada tgl 29 Maret 2013

<http://www.berdikarionline.com/kabar-rakyat/20130315/mereka-yang-berharap-jokowiefleck.html> diakses tgl 29 Maret 2013

<http://www.ekoph.com/2012/08/jokowi-dan-paradigma-baru-dalam-politik.html> diakses tgl 29 Maret 2013

<http://www.scribd.com/doc/24005257/Pengertian-pakaian-makalah> diakses tgl 29 Maret 2013

### **Koran**

Kompas, 14 November 201