

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Objek Penelitian ; 1. Gambaran Umum Instagram



**Gambar 4.1 Logo Instagram**  
**Sumber: (Kompas.id)**

#### a. Sejarah Instagram

Instagram Pertama kali dibuat oleh perusahaann *Start Up Burbn, Inc* yang berlokasi San Fransisco, Amerika Serikat, Pendiri dari Instagram yaitu Kevin Systrom dan Mike Krieger dengan rilis pertama kali pada 6 Oktober 2010, Pada awalnya Instagram hanya dapat digunakan di perangkat Iphone.<sup>1</sup> Pada tahun 2011 dengan jumlah satu juta pengguna bulanan dan terdapat 100 juta foto yang diunggah dan ada 10 juta pengguna pada bulan september. Pada 2012 bulan april ada 30 pengguna dan dibulan yang sama diakuisisi oleh Facebook yang mencatat pertumbuhan Instagram dengan membeli aplikasi tersebut US\$ dengan akuisisi terbesar ketiga dan meluncurkan versi pengguna andoriod. Hingga pada tahun 2013 terdapat 150 juta pengguna dengan pengenalan foto anda dan penandaan foto dengan diperluas foto *tagging* dengan ramah bisnis membuat peningkatan penjualan. Pada tahun yang sama Facebook menambahkan kealamian iklan pada bulan oktober dan

---

<sup>1</sup> “BAB II DESKRIPSI ‘OBJEK PENELITIAN’. [Http://E-Journal.Uajy.Ac.Id/25747/3/17%20090%206335%202.Pdf](http://E-Journal.Uajy.Ac.Id/25747/3/17%20090%206335%202.Pdf),” n.d., 54, accessed November 16, 2023, <http://e-journal.uajy.ac.id/25747/3/17%20090%206335%202.pdf>.

akhirnya pada tahun 2023 juga ditambah layanan obrolan pribadi untuk mengirim video dan foto pribadi, juga pada tahun yang sama diluncurkan fitur *Instagram story* atau snapchat, Instagram sendiri memiliki beberapa fitur diantaranya yaitu fitur pengikut, kamera, fitur bagikan foto, efek foto, arroba atau untuk *tag* orang lain, judul foto, tanda suka, label foto, populer dan peraturan Instagram.<sup>2</sup> Beberapa tahun Instagram mengalami progres hingga memasuki tahun 2023 banyak pembaruan dari Instagram mulai dari logo hingga fitur dan mempermudah pengguna dalam menjalin komunikasi dalam ruang atau topik yang sama dan disukai.

#### **b. Fitur-Fitur Instagram**

Instagram memiliki beberapa fitur yang ada di dalamnya di antara sebagai berikut<sup>3</sup> :

##### 1) Berbagi Foto dan Video

Pada awal pertama Instagram diluncurkan layanan tersedia hanya foto. Pada tahun 2013, Instagram menambahkan fitur video yang dapat diunggah dengan durasi 15 detik. Hal ini dilakukan Facebook sebagai pihak yang telah mengakuisisi Instagram agar media teknologi ini mampu bersaing dengan aplikasi populer lain. Pada tahun 2015, dukungan untuk video layar lebar ditambah Instagram dan memasuki tahun 2016 batas maksimal video ditambahkan yang awalnya 15 detik menjadi 60 detik. Makin bertambahnya tahun beragam foto dan video dapat diunggah, selain itu terdapat fitur penambahan filter, efek dan penambahan lokasi yang terhubung ke maps, selain itu dapat menandai pengguna lain dan dapat menyunting foto dan video bahkan menghapus.

##### 2) *Direct Message*

Fitur yang disediakan Instagram yaitu pesan *direct* sebagai fitur komunikasi pribadi. Pesan *direct* selain dapat digunakan untuk mengirim secara personal dapat digunakan untuk membuat grup dan menambahkan orang di dalam grup. Komunikasi melalui pesan *direct* bukan hanya bentuk text, tetapi juga bentuk foto, video dan adanya fitur telepon biasa dan telepon bergambar.

---

<sup>2</sup> “34 BAB IV GAMBARAN UMUM,” n.d., 34–38, accessed November 16, 2023, <https://repository.uin-suska.ac.id/20667/9/9.%20BAB%20IV.pdf>.

<sup>3</sup> Juwita Syahrina, Nisya Siregar, and Nurhasanah Harahap, “PENELITIAN TENTANG INSTAGRAM” (n.d.): 23–25.

### 3) *Instagram Stories*

*Instagram Stories* pertama kali di luncurkan pada tahun 2016 merupakan fitur yang dapat digunakan pengguna untuk mengambil gambar, video dengan penambahan efek dan juga dapat ditambahkan ke feed *Instagram stories*. Unggahan di *Instagram Stories* memiliki masa kadaluwarsa setelah diupload 24 jam. Pengguna Instagram dapat mengatur dalam menandai diunggah cerita pengguna dan terdapat fitur untuk dibagikan kepada pengguna tertentu. Setiap unggahan dapat dilihat siapa saja yang telah melihat karena tercatat, selain itu terdapat perlindungan pengguna dengan disediakan melaporkan cerita, mengganggu dan melanggar hukum. Selain itu *Instagram stories* masuk kategori “*discoverable*” karena dapat melihat cerita orang lain yang mengikuti.

### 4) Siaran Langsung

Fitur yang disediakan Instagram yang memungkinkan pengguna membagikan tayangan video secara langsung kepada pengguna lainnya. Tersedia kolom cerita yang akan menampilkan video siaran langsung yang sudah diakhiri dan tersimpan selama 24 jam, itu akan hilang namun dapat disimpan. Siaran langsung ini berguna untuk membagikan percakapan dua arah dengan pengguna lain.

### 5) *Hastag*

Fitur yang disediakan Instagram untuk mempermudah pencarian atau disebut subjek pencarian, hastag dapat digunakan sebagai konten promosi pada unggahan dan tidak ada batasan jumlah.

### 6) Komentar

Fitur yang disediakan Instagram dengan isi diskusi atau memberi pendapat bahkan dukungan pada unggahan salah satu pengguna dalam bentuk teks. Jika ada komentar yang sekiranya kurang disukai pengguna, Instagram dapat menyaring kata dengan membatasi komentar bahkan dapat dihapus dan memungkinkan menutup kolom komentar.

### 7) *Editing*

Fitur yang disediakan Instagram di antara lain yaitu editing foto pada unggahan sebelum diunggah dengan dilengkapi filter untuk mempercantik. Selain itu dapat di tambahkan *caption* atau keterangan foto yang akan kita posting dan dapat kita edit.

8) *Explore*

Jelajah adalah fitur yang akan menampilkan unggahan-unggahan populer, foto dengan lokasi terdekat bahkan berdasarkan pencarian sebelumnya pernah di cari. Fitur ini mempermudah kita memahami alur konten atau pengguna yang kita sukai atau sering kita tonton.

9) *Video Reels*

Fitur yang awalnya IGTV untuk penayangan video unggahan dengan durasi paling lama 1-60 menit, ada video feed dengan durasi 3-60 detik, reels dengan durasi 15-90 detik, saat ini telah dirubah menjadi satu nama yaitu video reels. Selain itu, konten video *reels* akan menampilkan lebih banyak video random dari pengguna lain.<sup>4</sup>

10) *Flipside* Instagram

*Flipside* Instagram yaitu fitur baru yang diluncurkan di 2024 dengan manfaat dibuatnya sisi lain dari profil yang dapat dilihat oleh pengguna tertentu yang dipilih. Fitur ini termasuk *Close Friends* karena memberikkan fasilitas kontrol terhadap siapa saja yang menonotn konten atau profil kita atas kendali diri kita, *Flipside* ini dapat dijadikan akun kedua tanpa harus mendaftarkan akun Instagram.<sup>5</sup>

c. **Pengguna Instagram**

**Gambar 4.2 Data Pengguna Instagram**  
Sumber: (NapoleonCat)

<sup>4</sup> “Semua Video IG Di Bawah 15 Menit Diubah Jadi Reels Halaman All - Kompas.Com,” accessed February 27, 2024, <https://tekno.kompas.com/read/2022/07/22/14030057/semua-video-ig-di-bawah-15-menit-diubah-jadi-reels?page=all>.

<sup>5</sup> “Arti Ikon Kunci Di Pojok Kanan Bawah Di Profil Instagram,” accessed February 27, 2024, <https://tekno.kompas.com/read/2024/02/01/17150077/arti-ikon-kunci-di-pojok-kanan-bawah-di-profil-instagram->.

Menurut *We Are Social*, Instagram menjadi aplikasi Populer yang menjadi fenomena global dengan miliaran pengguna aktif di setiap harinya. Kepopuleran ini dapat diraih dengan berhasilnya memberikan kualitas konten yang ditawarkan dengan beragam kemenarikan dengan menyediakan gambar-gambar indah hingga tersedianya video inspiratif. Indonesia sebagai negara dengan pengguna Instagram terbanyak ke empat menunjukkan minat yang tinggi pada platform ini, selain itu pengguna Instagram seimbang antara laki-laki dan perempuan dengan potensi meningkat dan berkembang lebih banyak lagi pada masa depan.<sup>6</sup>

#### **d. Instagram sebagai Komunikasi Politik**

Alat yang digunakan dalam menjalankan komunikasi politik oleh politisi dan penguasa untuk saat ini yaitu media sosial karena penyampaian akan pernyataan politik, kebijakan publik, hingga peristiwa yang terjadi tingkat nasional ataupun Internasional lebih mudah. Selain itu, media sosial memiliki akses yang mudah untuk mendapatkan umpan balik dari masyarakat dan menjangkau siapa saja dan di mana saja.<sup>7</sup> Komunikasi politik memiliki struktur yang memiliki sisi perubahan secara signifikan karena Instagram. Instagram menjadi salah satu bukti kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan, selain menjadi gaya hidup juga sebagai kebutuhan masyarakat. Instagram menjadi alat untuk berkomunikasi politik yang berhubungan dengan kaum millennial, komunikasi yang dijalankan seperti penanganan masalah, informasi pembaruan program kerja, bahkan kerja sama yang sedang dijalankan generasi millennial. Pelaku politik memiliki kecenderungan pembicaraan yang mudah untuk dipahami masyarakat terutama generasi millennial sehingga mudah dipahami untuk diikuti dan mempermudah pelaksanaan.<sup>8</sup>

Instagram dalam konteks politik dijadikan sebagai alat dan strategi dalam membuat konten kampanye untuk menarik

---

<sup>6</sup> “Data Jumlah Pengguna Instagram Di Indonesia 2024,” accessed February 27, 2024, <https://upgraded.id/data-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>.

<sup>7</sup> Jerry Indrawan, Efriza, and Anwar Ilmar, “KEHADIRAN MEDIA BARU (NEW MEDIA) DALAM PROSES KOMUNIKASI POLITIK,” *MEDIUM* 8, no. 1 (June 19, 2020): 1–17, accessed November 5, 2023, <https://journal.uir.ac.id/index.php/Medium/article/view/4820>.

<sup>8</sup> Terremi Michelle Chano and Sinta Paramita, “Transformasi Komunikasi Politik Melalui Media Sosial Instagram (Studi Terhadap Akun @karyaadalahdoa),” *Koneksi* 3, no. 1 (December 6, 2019): 176–181, accessed November 5, 2023, <https://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi/article/view/6201>.

perhatian terutama kaum muda, karena jika dibandingkan dengan media konvensional seperti televisi yang jika dilihat dari segi konten dan isi menyajikan program yang tidak lagi berkualitas tinggi.<sup>9</sup> Pengguna Instagram condong menyuarakan saran dan kritik terkait pemikiran-pemikirannya tentang politik yang membuat Instagram sebagai media komunikasi yang sangat efektif, informasi yang diberikan Instagram terkait isu-isu politik dapat diakses dengan mudah. Sehingga Instagram menjadi platform *branding* politik yang efektif karena konten yang dihasilkan bergenerasi sesuai trend yang ada dengan bearti para politisi dan aktor politik mampu menggunakannya sebagai pencitraan sesuai yang diinginkan.<sup>10</sup>

## 2. Gambaran Umum TikTok



**Gambar 4.3 Logo TikTok**  
(Sumber: WingPNG)

### a. Sejarah Singkat TikTok

TikTok adalah aplikasi yang didirikan oleh Zhang Yiming asal Tiongkok yang telah membangun perusahaan *ByteDance* pada tahun 2012. TikTok memuat isi konten video pendek dengan memberikan efek spesial, menarik dan unik bagi pengguna dengan adanya fitur musik, filter dan efek kreatif lainnya. TikTok adalah aplikasi yang diluncurkan pada bulan

<sup>9</sup> In Soraya, Devy Putri Kussanti, and Susilowati Susilowati, "Kreativitas Sebagai Literasi Media Televisi Di Era 4.0," *EKSPRESI DAN PERSEPSI: JURNAL ILMU KOMUNIKASI* 2, no. 2 (July 23, 2019): 59–71, accessed November 5, 2023, <https://ejournal.upnvj.ac.id/JEP/article/view/957>.

<sup>10</sup> Jerry Indrawan, Ruth Elfrita Barzah, and Hermina Simanihuruk, "INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI POLITIK BAGI GENERASI MILENIAL," *EKSPRESI DAN PERSEPSI: JURNAL ILMU KOMUNIKASI* 6, no. 1 (January 30, 2023): 177, accessed November 2, 2023, <https://ejournal.upnvj.ac.id/JEP/article/view/4519>.

September 2016 oleh perusahaan Cina dengan nama Douyin, karena penggunaannya lebih dari 100 juta dan tayangan video lebih dari 1 miliar dalam jangka waktu setahun, membuat popularitas Douyin meningkat membuat perusahaan ByteDance pencipta Douyin memperluas jangkauan dengan nama baru yaitu TikTok. TikTok memiliki tujuan dalam menangkap momen berharga menggunakan handphone dengan kreativitas dengan para pengguna dapat menjadi konten kreator. Pada tahun 2018 TikTok sempat naik atau viral di Indonesia, akan tetapi diblokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (kominfo) dengan alasan tidak mendidik dan pada tahun 2020 TikTok kembali populer di berbagai kalangan masyarakat dan digunakan mulai dari masyarakat biasa, artis, pejabat dan para *public figure*.<sup>11</sup>

#### **b. Fitur TikTok**

Sebagai salah satu aplikasi populer, TikTok memiliki beberapa fitur yang dapat digunakan para pengguna yaitu<sup>12</sup> :

##### 1) Fitur Menambahkan Musik

TikTok adalah aplikasi yang menyediakan musik video yang berarti salah satu hal utama yang disediakan aplikasi ini untuk pengguna yaitu menambahkan musik. Musik yang ditambahkan juga berbagai jenis dapat didasarkan pada isi konten, selain itu musik yang tersedia di TikTok sudah memiliki izin legal dan resmi serta tidak adanya permasalahan hak cipta jadi bebas digunakan.

##### 2) Fitur Filter Video

Fitur yang disediakan TikTok selanjutnya yaitu mampu memberikan filter pada video, para pengguna dapat mengubah warna pada videonya sesuai selera. Selain itu rona pada objek video dapat disesuaikan beserta nadanya.

##### 3) Fitur Efek Video dan *Sticker*

Pengguna TikTok dapat melakukan percobaan yang memungkinkan dengan kategori efek yang telah disediakan termasuk efek waktu, efek visual, efek split, efek transisi dan efek stiker. Selain itu terdapat banyak efek stiker yang tersedia bagi pengguna.

---

<sup>11</sup>“BAB II DESKRIPSI ‘OBJEK PENELITIAN’. [Http://E-Journal.Uajy.Ac.Id/25747/3/17%20090%206335%202.Pdf](http://E-Journal.Uajy.Ac.Id/25747/3/17%20090%206335%202.Pdf)”

<sup>12</sup>“Mengenal TikTok, Aplikasi Media Sosial Yang Populer Di Dunia - Bisnis Tempo.Co,” accessed February 27, 2024, <https://bisnis.tempo.co/read/1800546/mengenal-TikTok-aplikasi-media-sosial-yang-populer-di-dunia>.

#### 4) Fitur *Beauty*

Fitur yang disediakan bagi pengguna yang kurang percaya diri dengan menawarkan fitur mempercantik wajah dengan memberikan tambahan karakter yang unik dan lucu pada video yang dibuat, bahkan pada filter ini menyediakan make up, bentuk wajah, melembutkan wajah bahkan dapat mengubah warna bola mata.

#### 5) Fitur *Voice Changer*

TikTok menyediakan fitur untuk mengubah suara mereka di video dengan berbagai efek suara untuk menambahkan berbagai kreasi dan inovasi pengguna.

#### 6) Fitur *Auto Captions*

Fitur baru yang disediakan TikTok bagi pengguna untuk memasukkan terjemahan secara otomatis dari aplikasi, fitur ini mempermudah pengguna dalam menikmati video utamanya mengakses video yang dirasa bagi beberapa pengguna mengalami gangguan pendengaran.

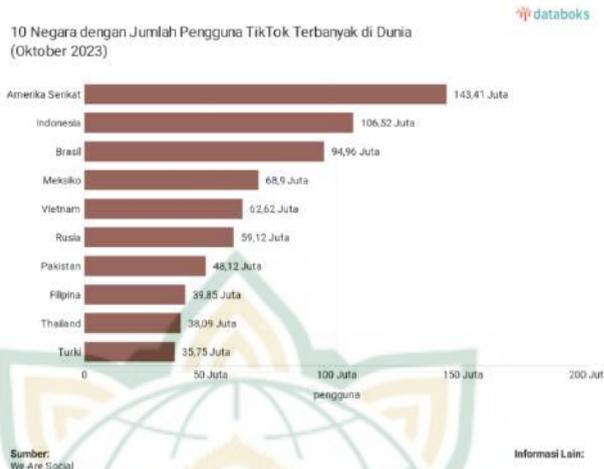
#### 7) Fitur Hapus Komen dan Blokir Pengguna Massal

TikTok menyediakan fitur bagi pengguna untuk melindungi diri dari intimidasi. Penggunaanya dapat dilakukan dengan cara menekan komentar dengan durasi lama atau dengan meng-klik ikon pensil sebelah kiri atas agar dapat membuka opsi. Mulai dari sini pengunggah konten dapat melakukan hapus komentar bahkan blokir kepada semua pengguna yang memberi komentar diakunnya.

#### 8) Fitur *Live Streaming*

Fitur siaran langsung juga disediakan TikTok yang dapat digunakan oleh pengguna dengan minimal 1000 follower dengan disediakan *gift* bagi penonton untuk memberi apresiasi kepada salah satu konten kreator yang melakukan *live streaming* yang dapat dicairkan dalam bentuk uang.

### c. Pengguna TikTok



(Sumber : *We Are Social*)

#### Gambar 4.4 Data Pengguna TikTok

TikTok menjadi media sosial yang disukai semua orang untuk mem-*branding* diri, seperti ketiga calon Presiden dan wakil Presiden Indonesia tahun 2024 yang memanfaatkan TikTok untuk menjangkau para pemilih pemula karena jutaan pengguna TikTok menjelang pemilihan umum pada 14 Februari. TikTok menjadi salah satu platform sumber informasi politik yang banyak digunakan berdasarkan pendapat Indikator Politik Indonesia.<sup>13</sup>

### d. TikTok sebagai Media Komunikasi Politik

TikTok merupakan platform skala besar di media sosial dengan proses komunikasi politik dilakukan oleh sebagian besar politisi untuk menyampaikan kampanyenya dengan hasil replika dari platform tradisional ke platform media sosial modern yang mengarah ke penyesuaian jenis platform yang digunakan. Peran TikTok mendapat banyak tinjauan literature dalam komunikasi politik karena dikaitkan dengan pemilu ataupun pemilihan Presiden, kampanye sosial politik dan pemerintahan, atau bahkan pengaruh TikTok kepada partisipasi pemilu generasi muda dikehidupa nyata. TikTok menjadi aplikasi untuk mengungkapkan pesan politik untuk penggunaannya. Melalui TikTok kaum muda mampu membangun komunitas politik dan

<sup>13</sup> “Pengaruh TikTok Pada Pemilu Di Indonesia,” accessed February 27, 2024, <https://www.voaindonesia.com/a/pengaruh-TikTok-pada-pemilu-di-indonesia/7485485.html>.

memelihara jaringan dan hubungan yang sejalan, hal ini karena adanya minat dan selera yang sama, bahkan tidak jarang ada yang memuat video dengan isi format yang sama, akan tetapi pesan politik yang terkandung berbedabeda. TikTok memungkinkan penggunanya memiliki ideologi yang berbeda dalam berbangsa, tetapi tidak menutup peluang anak muda dalam aktif di demokrasi melalui media sosial.<sup>14</sup>

## **B. Deskripsi Data Penelitian Komunikasi Politik Ganjar Pranowo Di Media Sosial Instagram Dan TikTok**

### **1. Profil Ganjar Pranowo dan Karier Politik**

H. Ganjar Pranowo SH., M.I.P. atau lebih dikenal dengan nama Ganjar Pranowo, lahir di Karang Anyar, 28 Oktober 1968. Ganjar Pranowo anak ke lima dari enam bersaudara dengan nama asli yaitu Ganjar Sungkowo, tetapi dirubah nama belakangnya ketika memasuki SD menjadi Pranowo karena ketakutan orang tua akan pengaruh ke kehidupan yang kesusahan. Ayah Ganjar adalah polisi yang pernah mendapatkan tugas di Sumatera dalam penumpasan gerakan PRRI. Jika kepemimpinan sudah terlihat sejak SD, karena pernah menjadi ketua kelas. Ganjar bersekolah di SMA Bopkri 1 Yogyakarta dan aktif mengikuti kegiatan Pramuka. Lulus SMA, Ganjar melanjutkan pendidikan ke Universitas Gadjah Mada, mengambil program studi Ilmu Hukum di Fakultas Hukum dan semasa kuliah bergabung dengan Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia (GMNI).<sup>15</sup>

Ganjar Pada awalnya adalah anggota Partai Demokrasi Indonesia (PDI) pada era Orde Baru, tetapi tidak bertahan lama akhirnya memilih keluar partai setelah Suryadi memecat Megawati Soekarnoputri menjadi awal berkibarnya karier politiknya. Ganjar tetap menjalin hubungan baik dengan tokoh-tokoh politik seperti Soetardjo Serjogoeritno dan Megawati sebagai cara mengasah kemampuan politik, di samping fokus pada bisnis konsultan sumber daya manusia. Pada tahun 2003 ketertarikan terhadap dunia politik tidak menurun, sehingga membuatnya melakukan pelantikan sebagai Kader Partai

---

<sup>14</sup> Hindarto, "TIKTOK AND POLITICAL COMMUNICATION OF YOUTH: A SYSTEMATIC REVIEW," Vol 12, Tahun 2022. Accessed February 29, 2024 148–58.

<sup>15</sup> "Profil Ganjar Pranowo, Karier Politik Hingga Sepak Terjang Sebagai Gubernur Jawa Tengah | Narasi TV," accessed February 29, 2024, <https://narasi.tv/read/narasi-daily/profil-ganjar-pranowo>.

Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) dan mulai mencalonkan diri pada pemilu legislatif perwakilan dail 7 tahun 2004.<sup>16</sup>

Ganjar dalam pencalonan Legislatif dinyatakan tidak lolos sebagai anggota DPR RI Pemilu 2004. Tetapi, disaat yang sama rekan satu partainya Jakob Tobing mundur dari tugas pengganti antar waktu (PAW) yang saat itu ditugaskan sebagai duta besar Korea Selatan oleh Presiden Megawati. Ganjar menjadi anggota DPR RI 2004-2009 dan masuk di komisi IV dengan tugas pengawasan bidang tani, kehutanan, perkebunan, perikanan, kelautan dan pangan. Ganjar di periode kedua ditempatkan pada Komisi II DPR RI dengan bidang pengawasan pemerintahan yang ada di dalam negeri, aparat negara, otonomi daerah, reformasi birokrasi, pertanian, reformasi agraria dan pemilu. Ganjar menjadi anggota yang sekaligus Wakil ketua Komisi II DPR RI dan panitia Khusus Hak Angket Bank Century yang membuat namanya mulai dikenal publik. Di sisi lain, Ganjar memutuskan melanjutkan studi S2 di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP), Universitas Indonesia 2009, tetapi karena pengaruh kesibukannya akhirnya terpaksa cuti dan lulus pada tahun 2013.<sup>17</sup>

Pada tahun 2013 Ganjar Pranowo mencalonkan diri sebagai Gubernur Jawa Tengah dengan pasangan Heru Sudjatmoko dengan di usung oleh PDIP, dan mempunyai jargon yang dikenalkan ke publik “Mboten Korupsi Mboten Ngapusi” dan memperoleh kemenangan dengan capaian 48,82%, memasuki 27 April tahun 2014, Ganjar menyita perhatian publik dengan melakukan inpeksi mendadak dengan memarah petugas Dishub yang melakukan pemungutan liar ke kernet yang melintar di wilayah Jembatan Timbang Subah, Kabupaten Batang yang membuat Jawa Tengah kehilangan pendapatan Rp. 10, 118 Miliar. Selain itu tentang masalah sengketa kasus semen Indonesia dengan warga Rembang, Ganjar dinilai kurang komunikatif karena Makmah Agung setelah membatalkan SK dan Ganjar membuat SK baru yang tidak jelas. Pada periode 2018-2023, Ganjar mencalonkan kembali sebagai Gubernur dengan pasangan Taj Yasin Maimoen dan mendapat kemenangan 58,78%. Pada masa jabatan kedua ini, mencuat kasus konflik wadas daerah

---

<sup>16</sup> “Profil Lengkap Ganjar Pranowo: Dari Politisi Berprinsip Hingga Gubernur Jawa Tengah – Berita Dan Informasi,” accessed February 29, 2024, <https://umsu.ac.id/berita/profil-lengkap-ganjar-pranowo-dari-politisi-berprinsip-hingga-gubernur-jawa-tengah/>.

<sup>17</sup> “Profil Ganjar Pranowo, Karier Politik Hingga Sepak Terjang Sebagai Gubernur Jawa Tengah | Narasi TV.”

Purworejo yang akan dibuatnya tambang batu andesit yang dianggap warga akan merusak lingkungan sehingga warga melakukan tuntutan Pengadilan Tata Usaha Negara (PTUN), tetapi ditolak.<sup>18</sup>

Pada masa jabatan Gubernur Jawa Tengah, sejumlah prestasi yang mampu diraih yaitu peringkat pertama pada penghargaan pembangunan daerah atau PPD dengan kategori perencanaan dan pembangunan daerah terbaik pada tahun 2019, menang dalam kategori *Innovative Government Award* pada kategori Provinsi paling inovatif di pada tahun 2019, menang dengan kategori Provinsi Terbaik pelaksanaan program kartu tani pada tahun 2019, menang kategori Provinsi terbaik dalam hal berintegritas dari KPK pada tahun 2019, dan menang kategori anugerah meritokrasi pada tahun 2021.<sup>19</sup>

## **2. Ganjar Pranowo sebagai Calon Presiden pada Pemilu Serentak 2024**

Pemilu serentak yang dilaksanakan ditahun 2024 tetap menggunakan Undang-Undang Pemilu 2019 yaitu Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2019 tentang perubahan ketiga atas peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 7 Tahun 2017 tentang program, tahapan dan jadwal penyelenggaraan pemilihan umum 2019 yang bearti masih sama seperti pemilu sebelumnya. Hal ini menjadi kemungkinan untuk menghadapi tantangan dengan kerumitan yang sama seperti Pemilu sebelumnya, hal yang membuat Pemilu 2024 ini berbeda adalah pelaksanaannya serentak dan berdampingan dengan Pilkada. Pelaksanaan Pemilu serentak ini menjadi pesat demokrasi besar sebagai penentuan jalan bangsa Indonesia untuk lima tahun ke depan, maka dari itu persiapannya harus matang. Jadwal dilaksanakannya pemilu 2024 telah ditetapkan pada 14 Februari 2024 sebagai tanggal pemungutan suara.<sup>20</sup> Selain itu, tahapan Pemilu 2024 ditetapkan dengan peraturan KPU Nomor 3 Tahun 2022 yang berisi tahapan dan penyelenggaraan pemilihan umum pada tahun 2024 dengan lebih dikenal sebagai PKPU dimulai dari 14 Juni 2022 hingga 20 Oktober 2024.

Ganjar Pranowo diusung maju sebagai Capres atau Calon Presiden oleh Ketua Umum PDIP Megawati Soekarno Putri. Hal

---

<sup>18</sup> “Profil Ganjar Pranowo, Karier Politik Hingga Sepak Terjang Sebagai Gubernur Jawa Tengah | Narasi TV.”

<sup>19</sup> “Jejak Kiprah Kepemimpinan Ganjar Di Jateng - Kompas.Id.”

<sup>20</sup> Steidy Rundengan, “Problematika Pemilu Serentak 2024 dan Rekonstruksi Regulasi” (n.d.): 3.

ini diumumkan pada 21 April 2023 sebagai penugasan baginya sebagai kader partai dan petugas partai. Ganjar siap akan penugasan ini karena keputusan yang diambil ketua umum partai adalah keputusan hasil diskusi panjang yang disetujui banyak pihak, dan siapa pun kader yang ditugaskan harus siap.<sup>21</sup>

Ganjar Pranowo membangun *personal branding* sebagai calon Presiden melalui media sosial dengan membawa pendekatan ke rakyat bersama jargon utamanya “Tuanku ya Rakyat Jabatan Cuma Mandat” yang membangun pesan dengan paham demokrasi dengan membawa pesan akan kesejahteraan masyarakat, isu-isu sosial dan kemiskinan. Pendekatan ini secara jelas terlihat bahwa Ganjar Pranowo membangun strategi komunikasi Politik dengan cara mengikuti perkembangan digitalisasi media yang dilakukan dengan konsisten dan juga berkelanjutan.<sup>22</sup>

Bentuk lain pendekatan Ganjar Pranowo kepada rakyat dengan cara menginap disalah satu rumah warga dengan tujuan lebih efektif mendengar suara keluh kesah rakyat kecil karena dilakukan langsung tanpa perantara, hal ini telah dilakukan sejak menjabat Gubernur Jawa Tengah dan kini masih digunakan dalam masa kampanye, selain itu juga untuk mengetahui kesulitan ekonomi yang dialami warga.

Ganjar Pranowo bersama pasangannya yaitu Mahfud MD memiliki aksi pasangan yang dituangkan pada gagasan visi dan misi dalam membangun kesejahteraan rakyat dan ekonomi dengan memperhatikan kesehatan raga dan jiwa masyarakat, melakukan perlindungan sosial, menjaga kualitas pendidikan, memberikan kemajuan budaya dengan sportif, memperhatikan perempuan agar maju selain itu juga anak agar memiliki kesejahteraan. Selain itu ingin melakukan pembangunan dengan cepat pada ekonomi yang berdikari dengan adanya nilai tambah juga pengetahuan yang unggul dan mampu berdaya saing ekonomi, terciptanya kedaulatan pangan, dan mampu menjadikan Indonesia sebagai pusat ekonomi industri halal dan syariat. Di lain sisi, untuk ditopangnya percepatan pemerataan pembangunan ekonomi akan

---

<sup>21</sup> “Ganjar Pranowo Diusung Jadi Calon Presiden Dari PDIP Disorot Media Asing, Ini Janjinya Jika Terpilih - Global Liputan6.Com,” accessed March 3, 2024, <https://www.liputan6.com/global/read/5268476/ganjar-pranowo-diusung-jadi-calon-presiden-dari-pdip-disorot-media-asing-ini-janjinya-jika-terpilih>.

<sup>22</sup> “Analisis Strategi Komunikasi Politik Indonesia Pada Generasi Z Dan Millennial | Sekretariat Negara,” accessed March 3, 2024, [https://www.setneg.go.id/baca/index/analisis\\_strategi\\_komunikasi\\_politik\\_indonesia\\_pada\\_generasi\\_z\\_dan\\_millennial](https://www.setneg.go.id/baca/index/analisis_strategi_komunikasi_politik_indonesia_pada_generasi_z_dan_millennial).

dilakukan pembangunan yang rata sehingga adil bagi semua dan munculnya kesejahteraan dengan kebahagiaan.<sup>23</sup>

### 3. Visi Dan Misi Ganjar Pranowo sebagai Calon Presiden pemilu serentak 2024

#### Visi yang diusung

Indonesia unggul, gerak cepat, negara maritim, adil dan lestari.

#### Misi yang diusung

- Mempercepat pembangunan manusia unggul yang berkualitas, produktif dan punya kepribadian unggul.
- Mempercepat dalam pembangunan ekonomi berdikasi dengan basis ilmu pengetahuan dan nilai tambah.
- Mempercepat penguasaan sains serta teknologi dengan memanfaatkan percepatan penggunaan riset dan inovasi berdikari.
- Pemerataan dalam pembangunan ekonomi dengan cepat, sistem digital nasional yang dibangun dengan dipercepat.
- memanfaatkan ekonomi hijau dan biru untuk mempercepat perwujudan lingkungan hidup yang berkelanjutan.
- Mempercepat pelaksanaan supremasi hukum yang adil, demokrasi yang subtansif, penghormatan terhadap HAM dan profesional keamanan.
- Peningkatan peran untuk Indonesia mampu mewujudkan tata dunia baru dengan melalui politik luar negeri bebas aktif yang berkeadilan dan bisa memperkuat keutuhan negara.

### 4. Gambaran Akun Instagram @ganjar\_pranowo sebagai Media Komunikasi Politik



**Gambar 4.5 Profil Instagram @ganjarpranowo (Sumber : Instagram)**

Akun @ganjar\_pranowo atau lebih dikenal sebagai salah satu aktor politik dan Gubernur Jawa Tengah hingga masa jabatan

<sup>23</sup> "Adu Jurus Capres Memikat Hati Pemilih - Kompas.Id," accessed March 3, 2024, <https://www.kompas.id/baca/polhuk/2024/01/13/adu-jurus-capres-memikat-hati-rakyat>.

2023 merupakan akun aktif di media sosial Instagram dengan isi mengekspresikan ide kreatif dalam membangun komunikasi politik dengan bentuk foto maupun video *reels*. Dalam membangun komunikasi politik dengan tujuan menaikkan *personal branding* sebagai salah satu kandidat yang mencalonkan diri sebagai Calon Presiden di pemilu serentak 2024, Ganjar Pranowo rutin untuk memposting konten politik seperti halnya kampanye atau kunjungan ke beberapa daerah di Indonesia untuk bisa mendapatkan apresiasi dari pengikut maupun pendukungnya.

Sehingga pada tanggal 22 Desember 2023 jumlah pengikut akun Instagram @ganjar\_pranowo mampu mencapai 6,5 juta pengikut dengan jumlah total postingan 7.890 foto dan video reels. Konten yang di posting oleh Ganjar Pranowo memiliki fokus pada sumber informasi politik, kampanye dan pemilu. Di sini peneliti memiliki fokus pada konten yang mengandung unsur “Komunikasi Politik” pada postingan foto dan video yang di unggah. Setelah melakukan riset terhadap unggahan konten dari @ganjar\_pranowo, peneliti akan mengambil 4 konten yang di posting pada tahun 2024 yang terdiri dari foto dan video reels dengan bersandar pada isi yang mengandung komunikasi politik utamanya tentang Pemilu serentak 2024 sebagai kandidat calon Presiden, karena pada dasarnya komunikasi politik di media sosial mampu membentuk opini publik dan mengarah untuk terbentuknya partisipasi politik dan mampu membangun citra politik.<sup>24</sup> Pada tanggal 21 April 2023 Partai PDI-Perjuangan telah mendeklarasikan salah satu kader partainya menjadi kandidat calon Presiden 2024-2029 dan telah ditetapkan oleh ketua partai PDI-Perjuangan.<sup>25</sup>

Adapun penelitian yang akan diteliti yaitu 4 Postingan Instagram dan 2 Postingan TikTok diantaranya yaitu :

---

<sup>24</sup> Rush, Michael, and Philip Althoff, *Pengantar Sosiologi Politik*, 24.

<sup>25</sup> “Capres Pemilu 2024: Ganjar Pranowo Anak Polisi Nyapres, Diakah Si Rambut Putih Yang Disebut Jokowi? - Pemilu Tempo.Co.”

- a. Postingan pertama gambar dengan judul “SMK Gratis Langsung Kerja untuk Keluarga Miskin”



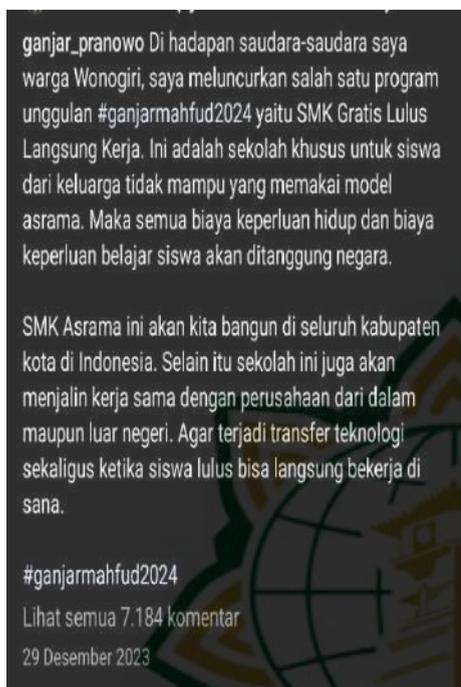
Gambar 8.1

Gambar 8.2



Gambar : 4.6

Gambar : 4.7



Gambar : 4.8

(Sumber: Instagram)

Foto yang diunggah dengan berlokasikan di Wonogiri, Jawa Tengah @ganjarpranowo pada (Sumber: Instagram)

Link foto :

[https://www.instagram.com/p/C1bw\\_wqRLOT/igsh=a3RvN2diOTRxMmkx](https://www.instagram.com/p/C1bw_wqRLOT/igsh=a3RvN2diOTRxMmkx)

Z

Foto dengan latar belakang kampanye di depan umum yaitu unggahan yang memperkenalkan dan menyampaikan pesan politik melalui acara dengan memperkenalkan program kerja unggulan yaitu SMK gratis bagi keluarga miskin dan lulus bisa langsung kerja. Melalui acara ini, Ganjar menegaskan bahwa program unggulan oleh pasangan calon nomor urut 03 yaitu Ganjar-Mahfud sebagai kandidat calon Presiden-Wakil Presiden Pemilu serentak 2024 ini akan diterapkan di seluruh Indonesia dan lebih tepatnya, satu kabupaten akan ada satu sekolah ini. Ganjar Pranowo sebenarnya sudah menerapkan sekolah ini di Jawa Tengah, pada masa jabatannya sebagai Gubernur dan akan di terapkan secara nasional untuk menuntaskan kemiskinan dan



Gambar : 4.9





di gelarnya rangkaian kampanye akbar bertempat di Kota Makassar dengan nama “Hajatan Rakyat Makassar Menggelegar”. Peran dalam membangun citra politik dan sosialisasi politik ini dilakukan dengan tujuan menaikkan elektabilitas karena belum naik, sehingga Ganjar Pranowo memilih untuk turun tangan ke daerah tersebut untuk menarik simpati publik. Ganjar Pranowo membawa materi sosialisasi tentang visi-misi dan program yang diajukan selama naik sebagai calon Presiden dengan diterima masyarakat.<sup>27</sup>

Melalui acara ini juga, Ganjar Pranowo mengungkapkan masih perlu dibenahinya sektor ekonomi utamanya dilingkungan masyarakat utamanya keluhan akan menciptakan lapangan pekerjaan dan kesetaraan. Selain itu, Ganjar Pranowo juga menyerap aspirasi rakyat dengan menerima tulisan berupa pesan agar tata kelola pemerintah harus berjalan dengan baik, negeri tanpa kolusi, korupsi dan nepotisme juga negeri yang memiliki peradaban tinggi serta menjunjung taat aturan dan harapan terhadap Ganjar Pranowo supaya bisa dijalankan ketika terpilih menjadi Presiden 2024.<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup> “Analisis Akun Ganjar Pranowo <https://www.instagram.com/p/C2ubLTwX/igsh=NHdtbXBxejJ4ZGdm>,” January 30, 2024.

<sup>28</sup> “Ganjar Serap Aspirasi Warga Makassar: Negara Tanpa KKN Dan Taat Aturan,” accessed April 12, 2024, <https://news.detik.com/pemilu/d-7168425/ganjar-serap-aspirasi-warga-makassar-negara-tanpa-kkn-dan-taat-aturan>.

c. Postingan ketiga berupa video *reels* dengan judul “Debat Pamungkas”



Gambar 4.15



Gambar 4.16

(Sumber: Instagram )

Video diunggah berlatar tempat di KPU RI

Link video reels :

[https://www.instagram.com/reel/C29liE8r\\_uK/?igsh=MTUxcDI0Z2c4cmM0eQ==](https://www.instagram.com/reel/C29liE8r_uK/?igsh=MTUxcDI0Z2c4cmM0eQ==)

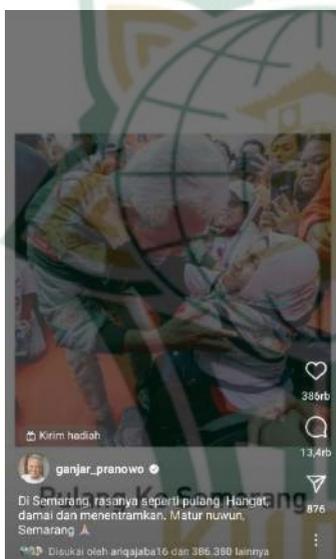
Video dengan latar belakang debat terakhir yang dilaksanakan KPU pada tanggal 4 Februari 2024, dan diposting dalam bentuk *reels* video oleh Ganjar Pranowo ini, berisi kan tentang visi misi yang diunggulkan dalam debat. Diketahui bahwa pasangan calon nomor 03 yaitu Ganjar-Mahfud mengusung adanya “Internet Gratis” yang dianggap pasang calon lain yang menginginkan program ini otaknya lambat. Hal ini ditanggapi Ganjar Pranowo bahwa adanya internet gratis mampu merendahkan ketimpangan sosial digital karena program ditujukan sekolah, UMKM dan seluruh desa yang ada di Indonesia.<sup>29</sup>

Bahkan pada kesempatan ini, Ganjar Pranowo memberikan pemaparan pendapat akan ketidaksetujuan bahwa

<sup>29</sup> “Analisis Akun Ganjar Pranowo [https://www.instagram.com/reel/C29liE8r\\_uK/?igsh=MTUxcDI0Z2c4cmM0eQ==](https://www.instagram.com/reel/C29liE8r_uK/?igsh=MTUxcDI0Z2c4cmM0eQ==),” February 4, 2024.

pemberian makanan gratis kepada seluruh anak-anak Indonesia melalui program di sekolah karena dianggap terlambat, bagi Ganjar Pranowo mencegah stunting di usia sekolah tidak akan memberi hasil karena stunting bisa dicegah saat masa kehamilan bahkan saat masih remaja dengan perbaikan gizi, sebab banyak anak muda terutama perempuan yang memiliki masalah darah rendah dengan gizi yang belum tercukupi, maka perlu perbaikan dimulai dari remaja dan ibu hamil untuk mencegah terjadinya stunting pada anak sebelum dilahirkan.<sup>30</sup>

- d. Postingan ke empat berupa video reels dengan judul “Pulang ke Semarang”



**Gambar 4.17**



**Gambar 4.18**

(Sumber : Instagram)

Video berlatar tempat di Semarang Jawa Tengah

Link video reels :

<https://www.instagram.com/reel/C3MnPD7rkLC/?IGSH=MW9iYXAYdGd6YXBtMg==>

Video dengan bertemakan “kampanye terakhir” di Jawa Tengah ini merupakan cuplikan penayangan acara kampanye pemungkas yang dilakukan di Semarang dan di posting pada 5 februari 2024 dengan memberikan tiga

<sup>30</sup> “Video:Debat Panas Ganjar Vs Prabowo Soal Stunting & Makan Siang Gratis,” accessed February 19, 2024, <https://www.cnbcindonesia.com/news/20240204210756-8-511710/videodebat-panas-ganjar-vs-prabowo-soal-stunting-makan-siang-gratis>.

komitmen dengan memberikan pemaparan bahwa saat ini Indonesia mengalami kegelisahan akan hilangnya keadilan dalam ekonomi dan tabir gelar demokrasi karena krisis demokrasi. Dalam membangun komitmen ada tiga hal yang menjadi sorotan karena telah dipaparkan yaitu janji untuk memelihara demokrasi di Indonesia dengan tepat dan kinerja terbaik, kedua menyatakan akan menjadi pemimpin yang amanah, jujur dan punya integritas, dan yang ketiga akan selalu setia pada rakyat dalam memenuhi hak budaya, sosial dan ekonomi.<sup>31</sup> Kampanye akbar ini menjadi momen terakhir untuk dapat menyapa rakyat sebelum adanya pemilihan umum serentak dan mendapat dukungan dari rakyat dengan ikut serta hadir meramaikan acara ini dengan ada yang berteriak histeris dari pendukung dengan menyebutnya Presiden.<sup>32</sup>

#### 5. Gambaran Akun TikTok @ganjarpranowo sebagai Media Komunikasi Politik



**Gambar : 4.19** Profil TikTok @ganjarpranowo  
(Sumber : TikTok)

Ganjar Pranowo sebagai salah satu pejabat negara yang memiliki akun TikTok pribadi dengan akun @ganjar\_pranowo

<sup>31</sup> “Kampanye Terakhir Di Semarang, Ganjar-Mahfud: Kami Akan Selalu Setia Bersama Rakyat - Pemilu Tempo.Co,” accessed February 19, 2024, <https://pemilu.tempo.co/read/1832206/kampanye-terakhir-di-semarang-ganjar-mahfud-kami-akan-selalu-setia-bersama-rakyat>.

<sup>32</sup> “Analisis Akun Ganjar Pranowo [https://www.instagram.com/p/C1bw\\_wqRLOT/igsh=a3RvN2diOTRxMmkx](https://www.instagram.com/p/C1bw_wqRLOT/igsh=a3RvN2diOTRxMmkx).”

merupakan akun aktif dengan setiap harinya di posting video konten dengan isi mengandung komunikasi politik. Dalam membangun komunikasi politik melalui platform yang banyak digunakan generasi muda, Ganjar Pranowo rutin untuk memposting konten politik seperti halnya kegiatan dalam forum terbuka bersama masyarakat untuk menyampaikan aspirasi atau apresiasi tentang pemilu atau bahkan kegiatan dalam forum kenegaraan yang melibatkan tokoh-tokoh politik. Hingga pada tanggal 22 Desember 2024 jumlah pengikut akun TikTok @ganjar\_pranowo mampu mencapai 7,9 juta pengikut dengan jumlah total suka mencapai 210,8 juta.

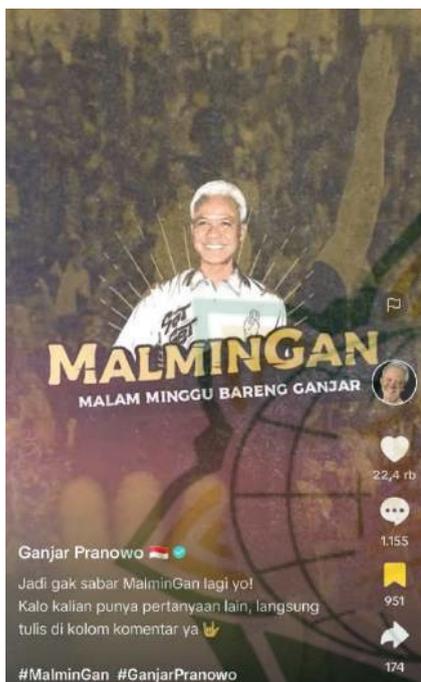
Konten yang diposting oleh Ganjar Pranowo memiliki fokus pada informasi seputar politik, kampanye dan aspirasi masyarakat yang disampaikan melaluinya. Di sini peneliti memiliki fokus pada konten yang mengandung unsur “Komunikasi Politik” pada postingan video yang di unggah. Setelah melakukan riset terhadap unggahan konten dari @ganjar\_pranowo, peneliti akan mengambil 4 konten yang diposting pada tahun 2024 yang terdiri video karena TikTok memang hanya menyediakan konten video dengan bersandar pada isi yang mengandung komunikasi politik utamanya tentang komunikasi politik tentang kampanye dan unsur Pemilihan umum serentak 2024 sebagai kandidat calon Presiden. Dalam membangun komunikasi politik untuk memengaruhi dan mampu menciptakan kekuatan dalam opini publik. Kampanye menjadi hal dasar yang mampu memengaruhi proses pengambilan keputusan secara terorganisir oleh pemilih nanti.<sup>33</sup>

Adapun 4 postingan TikTok yang akan diteliti diantaranya yaitu:

---

<sup>33</sup> Mukarom, *Komunikasi Politik*, 167–168.

- a. Postingan pertama dengan judul “MalmingGan (Malam Minggu Bareng Ganjar)”



Gambar 4.20



Gambar 4.21

(Sumber : TikTok)

Link video konten :

<https://vt.TikTok.com/ZSFVTHho8/>

Video konten dengan tema “MalmingGan” ini merupakan singkatan dari malam mingguan bareng Ganjar yang menjadi konten rutinan yang diposting satu minggu sekali. Tujuan dari video ini yaitu merealisasi program Ganjar dalam menjawab aspirasi masyarakat. Ini juga menjadi ajang diskusi terkhusus bagi generasi muda agar lebih peduli akan permasalahan yang ada di masyarakat dan paham akan isu politik yang ada. Selain itu program ini juga di tujukan untuk mencerdaskan bangsa, terlepas dari efektif atau tidaknya. Acara ini mampu menjadi warna baru bagi Indonesia, sebab dengan di adakan acara ini masyarakat pengguna sosial media jadi tahu dapat dapat mengenali Capres dan Cawapres yang maju dalam pemilihan Presiden dengan visi-misi, gagasan yang diutarakan, opini yang terbentuk bahkan cara mereka

mendengarkan dan memberikan solusi akan permasalahan yang dihadapi masyarakat dan butuh pandangan dari calon yang maju sebagai pemimpin bangsa.<sup>34</sup>

- b. Postingan kedua dengan judul “**untuk Selalu Mendengarkan Rakyat**”



Gambar 4.22



Gambar 4.23

(Sumber : TikTok)

Link video konten :

<https://vt.TikTok.com/ZSFVwcn5b/>

Video dengan isi konten untuk selalu mendengarkan rakyat dan fokus pada kebutuhan mereka. Berusaha memberikan afirmasi terhadap kelompok rentan dengan melibatkan mereka dalam pembangunan, serta memberikan paham bahwa Ganjar merupakan Presiden rakyat dengan menyertakan selipan kepala berita dan foto kedekatan bersama rakyat melalui blusukan. Hal ini disampaikan bukan tanpa alasan, karena Ganjar Pranowo adalah bagian dari kalangan

<sup>34</sup> “Menarik! Apakah Program Kampanye Diskusi Bersama Rakyat Yang Dilakukan Anies-Cak Imin, Ganjar-Mahfud Efektif? Begini Kata Warganet - Jember Network,” accessed April 3, 2024, <https://jember.jatimnetwork.com/nasional/5111886947/menarik-apakah-program-kampanye-diskusi-bersama-rakyat-yang-dilakukan-anies-cak-imin-ganjar-mahfud-efektif-begini-kata-warganet>.

rakyat biasa yang maju dalam pemilihan Presiden untuk mewujudkan banyak program untuk rakyat-rakyatnya. Ganjar paham bahwa dalam menentukan masa depan ada letak kebenaran tertinggi yaitu pada rakyat. Ketika Ganjar menjalan blusukan di tengah rakyat untuk bisa mendengarkan dan menerima suara rakyat.<sup>35</sup>

- c. Postingan ketiga dengan judul **“Tuanku ya Rakyat Jabatan hanyalah Mandat”**



**Gambar 4.24**



**Gambar 4.25**

(Sumber : TikTok)

Link video konten :

<https://vt.TikTok.com/ZSFMcvqXD/>

Video Konten dengan latar belakang tayangan debat terakhir calon Presiden yang diadakan KPU RI dengan tambahan foto kelompok perempuan dan disabilitas yang di posting pada 08 Februari 2024 ini membahas tentang kutipan pesan dari Kalis Mardiasih dari Yogyakarta agar sekolah dapat berjalan lebih inklusi utamanya bagi kelompok perempuan dan penyandang disabilitas yang selama ini terpinggirkan dan mudah mendapat diskriminasi, karena pendidikan yang baik mampu memberikan keterampilan kerja

<sup>35</sup> “Analisis Akun Ganjar Pranowo <https://Vt.TikTok.Com/ZSFVwcn5b/>,” January 22, 2024.

yang baik pula yang mampu mendorong adanya keterbukaan lapangan kerja dengan keseimbangan upah buruh yang baik.<sup>36</sup> Dengan menjaga komitmen tuanku adalah rakyat, jabatan hanyalah mandat.

d. Postingan kedua dengan judul “**Demokrasi**”



**Gambar 4.26**



**Gambar 4.27**

(Sumber: TikTok)

Link video :

<https://vt.TikTok.com/ZSFM4DxH7>

Video konten dengan kegiatan kampanye di depan masyarakat yang di posting pada 09 Februari 2024 dengan memberikan tanggapan yang membahas tentang demokrasi yang sedang diuji dengan memaparkan gelombang kritik mulai dari tokoh agama, mahasiswa dan kampus yang mulai bergerak dan masyarakat sipil yang mulai sadar yang menjadi tanda bahaya demokrasi di Indonesia sudah terasa. Selain itu kritik yang diperoleh pemerintah dari pihak kampus-kampus menjadi bukti turunnya nilai demokrasi. Ganjar Pranowo menegaskan kebebasan mengekspresikan suara boleh

<sup>36</sup> “Analisis Akun Ganjar Pranowo <https://vt.TikTok.Com/ZSFMcvqXD/>,” February 8, 2024.

didapatkan universitas sebagai kebebasan akademik dan tidak boleh adanya intervensi.<sup>37</sup>

### C. Analisis Instagram

#### 1. Analisis postingan Instagram “SMK Gratis Lulus Langsung Kerja untuk Keluarga Miskin” postingan 29 Desember 2023

a. **Deskripsi data** : Ganjar Pranowo memposting foto dalam masa kampanye di Wonogiri pada 29 Desember 2023 dengan tema “SMK Gratis Lulus Langsung Kerja untuk Keluarga Miskin” dengan isi postingan memperlihatkan di hadapan warga Wonogiri, Ganjar Pranowo meluncurkan salah satu program kerja unggulan yang akan dimasukkan ke dalam misinya yaitu “Mempercepat pembangunan manusia unggul yang berkualitas, produktif dan punya kepribadian unggul” untuk direalisasikan nantinya. Program SMK Gratis ini merupakan program sekolah khusus dengan model asrama yang diperuntukan bagi masyarakat miskin atau keluarga kurang mampu secara finansial dalam membiayai pendidikan, maka dari itu dalam program ini semua biaya dan keperluan hidup dalam belajar ditanggung oleh negara.

SMK Gratis ini rencana akan dibangun di seluruh negeri, dengan target setiap kabupaten ada 1 sekolah dan dalam membangun sumber daya manusia yang unggul melalui program sekolah gratis ini, maka akan dilakukannya kerja sama dengan perusahaan dalam dan luar negeri sebagai bentuk transfer teknologi sekaligus bekal kemampuan siswa untuk bisa langsung bekerja setelah lulus.

b. **Reduksi data** : Setelah dilakukannya reduksi data, maka ditemukan penggunaan teori-teori dan unsur yang terkandung dalam postingan sebagai berikut :

**Komunikasi Politik** : Di bagian ini, teori komunikasi politik ditonjolkan pada unsur-unsur komunikasi politik yang terdapat sebagai berikut :

- 1) Adanya komunikator sebagai orang yang menyampaikan pesan politik yaitu Ganjar Pranowo.
- 2) Komunikasikan sekelompok orang yang hadir atau ikut berpartisipasi.
- 3) Pesan politik yaitu pernyataan yang disampaikan dengan kandungan isi politik melalui pidato politik yang banyak

---

<sup>37</sup> “Analisis Akun Ganjar Pranowo <https://vt.tiktok.com/ZSFM4DxH7/>,” February 9, 2024.

dimuat di media sosial tentang ulasan politik dan pemerintah, seperti isi video yang mengulas tentang program unggulan Ganjar yang akan direalisasi memenangkan Pemilu yaitu SMK Gratis bagi rakyat miskin yang akan di terapkan di seluruh Indonesia, dengan setiap kabupaten akan ada 1 sekolah, supaya mengurangi kemiskinan.

- 4) Media sarana atau saluran sebagai alat untuk menyampaikan pesan agar menjangkau semua khalayak yang mampu memberikan pengaruh secara langsung ataupun tidak langsung, seperti yang dapat dilihat bahwa kampanye yang dilakukan oleh Ganjar Pranowo tersebut dilakukan di Wonogiri. Di sisi lain, untuk dapat menjangkau semua masyarakat Indonesia yang tidak hadir, diposting lah foto ini sebagai bentuk bukti adanya kunjungan politik yang diterima oleh masyarakat dengan membawa program terbaik sebagai kandidat yang maju dalam pemilihan Presiden Pemilu Serentak 2024.<sup>38</sup>

Selain itu, pada postingan ini, teori komunikasi politik menonjol pada kampanye pemilu sebagai media komunikasi politik karena intensitas dapat meningkat dengan dilakukannya kampanye dalam ajang pemilu tersebut sebab kecepatan interaksi politik yang terjadi dengan masyarakat dalam mencapai tujuan.<sup>39</sup>

**Personal Branding :** Pada bagian lain, postingan ini juga membangun teori *personal branding* dengan memperlihatkan tujuannya membuat daya tarik sebagai bentuk membangun citra agar mendapatkan *feedback* berupa keyakinan, dan kualitas yang diberikan. Selain itu, memberikan janji terbaik untuk dibuktikan, sehingga ikatan kuat dalam membangun *personal branding* dan mencapai tujuannya.<sup>40</sup> *Personal branding* yang ditonjolkan juga memiliki ciri khas atau keidentikkan seperti selalu memperagakan angka tiga dengan jari menandakan nomor urut pasangan calon, hal ini juga didukung dengan masuknya relevansi *personal branding* yang diterapkan karena membahas hal yang dianggap penting dan cocok dimasyarakat dengan kesan membangun, seperti hal nya pada kampanye pemilu ini membahas tentang program

---

<sup>38</sup> Mukarom, *Komunikasi Politik*, 36.

<sup>39</sup> Mukarom, *Komunikasi Politik*, 176.

<sup>40</sup> Muhammad, *Sharing-Mu, Personal Branding-Mu: Menampilkan Image Diri Dan Karakter Di Media Sosial*, 4.

sekolah gratis untuk siswa tingkat SMK untuk diterapkan di seluruh Indonesia agar mengurangi kemiskinan dan pendidikan dapat dijangkau dengan biaya yang digunakan berasal dari dana negara. selain itu, yang terakhir adalah konsistensi sebab perlunya usaha untuk mencapai keunggulan. Selain itu, lawan yang maju dalam PilPres 2024 ada 3 pasang calon, sehingga sebgas dan semenarik mungkin *personal branding* kita di mata masyarakat.

**Analisis Statistik Engagement** : Postingan di atas mengangkat *caption* “Di hadapan saudara-saudara saya wonogiri, saya meluncurkan meluncurkan salah satu program unggulan #ganjarmahfud2024 yaitu SMK Gratis Lulus Langsung Kerja. Ini adalah sekolah khusus untuk siswa dari keluarga tidak mampu yang memakai model asrama. Maka semua biaya keperluan hidup dan biaya keperluan belajar siswa akan ditanggung negara. SMK Asrama ini akan kita bangun di seluruh kabupaten kota di Indonesia. Selain itu sekolah ini akan menjalin kerja sama dengan perusahaan dari dalam maupun luar negeri. Agar terjadi transfer teknologi sekaligus ketika siswa lulus bisa langsung bekerja di sana” dan mendapat 122.719 like dan 7.184 komentar yang dimana angka ini sangat besar untuk sebuah postingan capres selain itu penyampaian pesan politik ini termasuk kreatif karena selain memperlihatkan gambar akan kampanye yang dijalankan, tetapi juga diperjelas melalui *caption* bahwa tujuan dari kampanye itu memperlihatkan program kerja unggulan yang telah dibentuk untuk seluruh rakyat Indonesia.

**Persepsi Publik** : Respons masyarakat dapat dilihat melalui foto yang diposting tersebut bahwa masyarakat menerima program tersebut dengan baik dengan ikut serta mendengarkan penjelasan serta ikut maju di atas panggung dan dapat dilihat dari komentar di mana respons melalui kolom komentar menyentuh beragam pujian mulai dari setuju akan program yang dibangun di Jawa Tengah ini untuk diterapkan di seluruh kabupaten/kota di Indonesia, seperti komentar akun @novhiafrichi “Program lama di jateng semoga bisa juga di laksanakan secara menyeluruh di Indonesia.. semangat nomor tiga’, @tiwyya\_ “mantap pak program nya, haruss di gass banter nih”.

- c. **Seleksi data** : Setelah dilakukan seleksi data, Berdasarkan postingan Ganjar Pranowo melalui media Instagram tersebut

dan dengan adanya informasi tambahan yang diterbitkan portal berita online dengan pembahasannya yang sama yaitu “SMK Gratis Lulus Langsung Kerja untuk Keluarga Miskin” maka memperkuat fokus permasalahan yaitu Ganjar Pranowo melalui aksi kampanye sebagai kandidat calon Presiden pada Pemilu serentak 2024 ini, memperkenalkan program unggulan SMK Gratis yang memang diperuntukan kepada masyarakat miskin dan kurang mampu dengan melihat kondisi masyarakat yang masih banyak putus pendidikan tidak mencapai target 12 tahun karena masalah biaya, hal ini menjadi data yang menarik sebab program unggulan yang diusung ini berbeda dengan pasangan calon lain dan pernah diterapkan oleh Ganjar Pranowo sewaktu masa jabatan Gubernur Jawa Tengah.

## 2. Analisis Postingan Instagram “Hajatan Rakyat Makassar” postingan 30 Januari 2024

a. **Deskripsi data** : Ganjar Pranowo memposting foto dalam masa kampanye di Makassar pada 30 Januari 2024 tepatnya di Upperhills Convention Hall dengan tema “Hajatan Rakyat Makassar” dalam postingan ini Ganjar Pranowo menyampaikan pesan bahwa praktik perekonomian di Indonesia masih mengalami banyak kendala, banyak titik yang ditemui mengalami masalah utamanya dilingkungan masyarakat tentang menciptakan lapangan kerja dan kesetaraan. Hal ini memperkuat janji Ganjar untuk menuntaskan masalah ini sebagai prioritas menuju Indonesia maju.

Di kesempatan ini juga, masyarakat yang hadir menuliskan pesan dan harapan kepada Ganjar Pranowo agar tata kelola pemerintah harus baik, menjadi negara yang bebas KKN (kolusi, korupsi dan nepotisme), mampu menjadikan Indonesia sebagai negeri yang berperadaban tinggi serta taat pada aturan. Hal ini menjadi harapan rakyat kepada Ganjar untuk dijalankan ketika menang dalam pemilihan Presiden pada Pemilu serentak 2024. Selain itu, Ganjar Pranowo juga memberikan janji agar semua harapan masyarakat Makassar dapat dicarikan solusi terbaik sebagai bentuk kesejahteraan rakyat. Hal ini juga diperkuat dengan deskripsi data dari pemberitaan online.

b. **Reduksi data** : Melalui postingan ini, Ganjar Pranowo menyampaikan pesan bahwa Hajatan besar sedang dilakukan oleh rakyat Makassar.

**Komunikasi Politik** : Dalam postingan ini terdapat empat foto yang memiliki makna mendalam menandakan

masuknya teori tujuan komunikasi politik yang terdapat pada beberapa bagian berikut<sup>41</sup> :

- 1) Sosialisasi Politik ; mengutip dari Jack Denis dan David Easton bahwa proses pengembangan individu atau kelompok menjadi sasaran sosialisasi politik untuk memperoleh simpati dengan munculnya perilaku dan pola untuk menyampaikan pesan. Seperti halnya Ganjar yang mengangkat tangan dengan simbol 3 jari atau angka 3 sebagai tanda bahwa proses sosialisasi yang dilakukan diterima baik oleh warga Makassar, karena pesan yang disampaikan dan perilaku yang dilakukan diikuti masyarakat yang hadir untuk menerima pesan-pesan politik yang disampaikan berupa visi-misi yang di usung sebagai calon Presiden pada pemilu serentak 2024.
- 2) Citra Politik ; Tujuan dari komunikasi politik yaitu membangun citra politik yang mampu memberikan hasil berupa timbal balik dalam bentuk perilaku ataupun pendapat. Seperti halnya postingan Ganjar Pranowo yang memperlihatkan ada seorang rakyat yang menuliskan dipunggung Ganjar Pranowo “Batu Raya Miskin” yang dipersilakan untuk menulis harapan terhadap majunya Ganjar Praanowo sebagai calon Presiden pada pemilu serentak 2024 yang diagungkan karena dekat dengan rakyat sebagai kode bahwa pemimpin memang harus seperti itu.
- 3) Opini Publik ; Menjadi pembentuk partisipasi politik dengan mengangkat adanya kebebasan berpendapat, kehendak bahkan kebebasan menyampaikan pemikiran. Hal ini tidak lepas agar harapan-harapan individu atau kelompok dapat tersampaikan melalui opini publik. Terlihat bahwa komunikasi politik yang dilakukan Ganjar Pranowo selama ini, mampu memberikan pengaruh pada individu atau kelompok untuk memberikan dukungan, seperti halnya pada postingan hajatan besar rakyat Makassar tersebut terlihat bahwa ada opini publik yang masuk berupa “capek-capek kuliah hukum, tapi tidak pilih Ganjar – Mahfud yang bener aje? Rugi donk !!!” sebagai bentuk dukungan dan penyampaian pesan ke publik bahwa mereka bebas bersuara dan berpendapat akan pasangan yang didukung.
- 4) Partisipasi politik ; mengutip dari Samuel P. Huntington bahwa perlunya menggalang partisipasi politik untuk

---

<sup>41</sup> Rush, Michael, and Philip Althoff, *Pengantar Sosiologi Politik*, 24.

memengaruhi proses pengambilan kebijakan. Sama halnya ketika Ganjar Pranowo mengadakan acara besar berupa hajatan bersama rakyat Makassar yang diikuti banyak masyarakat sebagai bentuk dukungan itu merupakan partisipasi politik dengan tujuan mampu memengaruhi dan menambah dukungan pada pemilu 2024.

**Personal Branding** : Pada bagian *personal branding* terdapat unsur teori yang menonjol yaitu fungsi *personal branding* karena memperlihatkan kemampuan, keunikan dan citra diri untuk mencapai keinginan, sehingga mampu memikat dan membangun kepercayaan orang lain. Seperti halnya Ganjar Pranowo memperkenalkan diri dihadapan masyarakat Makassar yang hadir akan identitasnya sebagai calon Presiden yang maju di Pilihan Presiden 2024 agar kespesialan ini dapat teridentifikasi dan menjadi daya tarik dalam membangun citra, sehingga *feedback* bisa didapatkan berupa dukungan dalam kontestasi pemilu. selain itu, *personal branding* ini akan menjadi pertanggungjawaban akan apa yang telah dibangun dan yang telah dijanjikan untuk memberikan yang terbaik bagi rakyat akan harapan yang telah diberikan.<sup>42</sup>

**Analisis Statistik Engagement** : Postingan di atas mengangkat *caption* “Hajatan Rakyat Makassar menggelegar. Terimakasih saudara-saudara. Salam cinta dari saya, Daeng Manaba #ganjarmahfud2024” dengan jumlah like 142.670 dan jumlah komentar 7.311 yang menjadikan respon positif postingan di Instagram ini bentuk kesuksesan gelaran kampanye di Makassar.

**Persepsi Publik** : Respons masyarakat dapat dilihat dari postingan ini bahwa sangat mengelegar karena kedatangan masyarakat Makassar menyaksikan kampanye Ganjar Pranowo yang dilaksanakan di dalam ruangan sangat diterima bahkan respon positif diperlihatkan dengan adanya foto warga yang menuliskan harapannya dipunggug Ganjar dan membawa tulisan bertulisan dukungan “capek capek kuliah hukum, tp tidak pilih Ganjar-Mahfud yang bener aje? Rugi donk!!!”, selain itu respon masyarakat juga dapat dilihat dari kolom komentar yang secara positif mengalir seperti komentar akun @bulepriyatna “Ganjar Mahfud

---

<sup>42</sup> Muhammad, *Sharing-Mu, Personal Branding-Mu: Menampilkan Image Diri Dan Karakter Di Media Sosial*, 4.

Menang Menang Menang Josssss”, @mayuzumi\_rakuzan “Selalu konsisten dan kompak terus tetap solid bersatu mendukung Ganjar-Mahfud Pilih pemimpin yang Sat Set Tas Tes Pak Ganjar Presiden Rakyat Indonesia”.

- c. **Seleksi data** : Berdasarkan postingan Ganjar Pranowo tersebut melalui media Instagram, dapat diperjelas bahwa Ganjar Pranowo menjalankan kampanye politik di Makassar dengan tema “Hajatan Rakyat Makassar” melalui acara ini Ganjar sebagai kandidat calon Presiden pada Pemilu Serentak 2024 mengungkapkan perspektifnya dalam memandang kondisi ekonomi dilingkungan masyarakat, selain itu Ganjar fokus pada permasalahan masyarakat dengan menerima pesan dan harapan kepadanya akan bagaimana keinginan masyarakat ketika Ganjar mampu menjadi Presiden di Pemilu 2024 pemerintah dapat menjadi baik sesuai keinginan masyarakat, bebas dari KKN, taat aturan dan menjadi negara berpradaban tinggi. Ini menjadi data dalam membangun semangat baru baginya untuk melangkah lebih semangat dalam pencalonan ini, karena dengan adanya pesanan harapan dari masyarakat berarti dukungan masyarakat Makassar yang hadir tinggi untuk memenangkannya.

### 3. Analisis postingan Instagram “Debat Pamungkas” postingan 5 Februari 2024

- a. **Deskripsi data** : Postingan Instagram Ganjar Pranowo pada 5 Februari 2024 dengan tema “Debat Pamungkas” merupakan postingan dengan menampilkan beberapa cuplikan video dirinya yang sedang debat bersama 2 kandidat calon Presiden di KPU. Dalam kesempatan ini, Ganjar Pranowo menampilkan aksi-aksi debatnya dengan membahas tentang salah satu program kerja unggulannya yang di anggap pasangan calon lain program yang terbelakang atau yang menginginkan program ini ber-otak lambat. Program tersebut adalah program “Internet Gratis”, pendapat ini ditanggapi Ganjar Pranowo dengan serius dengan mengungkapkan bahwa internet gratis sangat berguna dan mampu menurunkan ketimpangan sosial digital, selain itu tujuan dari internet gratis ini jelas dengan ditujukan kepada sekolah sebagai tempat belajar, UMKM yang memanfaatkannya sebagai perantara komunikasi atau berjualan di sosial media dan juga ke seluruh desa yang ada di Indonesia sebagai tujuan digitalisasi.

Selain itu, pada postingan cuplikan video ini, Ganjar memperlihatkan ketidaksetujuannya dengan program unggulan

dari pasangan calon lain yaitu “Makanan Gratis” sebab pemberian makanan gratis di usia sekolah dianggap terlambat untuk pencegahan stunting. Bagi Ganjar Pranowo pencegahan stunting dapat diatasi dengan perbaikan gizi di usia remaja sebelum memasuki usia pernikahan, utamanya perempuan karena banyak yang memiliki permasalahan pada gizi dan darah rendah, maka perlu diberikan gizi yang cukup dimulai dari remaja dan ibu hamil sebagai bentuk pencegahan stunting pada anak yang dilahirkan.

- b. **Reduksi data** : Berdasarkan data yang ada, maka dapat di pahami bahwa semua data di atas mampu menyalurkan teori-teori pada postingan debat yang diunggah pada akun Instagram pribadi ini dengan deskripsi sebagai berikut :

**Komunikasi Politik** : Dapat dilihat dari etika komunikasi menurut sudut pandang Islam, maka dalam komunikasi akan melalui proses penyampaian yang mengandung etika, seperti yang tertera pada etika *Qaulan Masyuran* yang memiliki makna dalam menuntun menjalankan komunikasi dengan penggunaan bahasa yang mudah dipahami dan mampu menenangkan hati dengan menyampaikan pesan menggunakan bahasa sederhana, pantas dan ringan agar mudah diterima. Hal ini dijelaskan di Al-Qur’an pada surat Al-Isra’ juz 17: 28 dengan bunyi berikut :

وَمَا تَعْرَضْنَ عَنْهُمْ أٰبَتٰغَآءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوْهَا فَعَلَّ هُمْ قَوْلًا

مِّيْسُوْرًا

Artinya : “ Dan jika kamu berpaling dari mereka supaya memperoleh rahmat dari Tuhanmu seperti yang kamu harapkan, maka katakanlah ucapan yang pantas kepada mereka”.

Debat yang membahas tentang visi misi yang diunggulkan dalam debat. Diketahui bahwa pasangan calon nomor 03 yaitu Ganjar-Mahfud menyampaikan dengan penuh etika dan lembut dengan penggunaan bahasa yang mudah dipahami agar pesan dapat tersampaikan dengan baik seperti membahas program yang diusung ada “Internet Gratis” yang dianggap pasang calon lain yang menginginkan program ini otaknya lambat. Hal ini ditanggapi Ganjar Pranowo dengan membangun etika yang baik dalam penyampaian komunikasi politik bahwa adanya internet gratis mampu merendahkan

ketimpangan sosial digital, selain itu program ini juga memiliki tujuan yang matang yaitu program ditujukan sekolah, UMKM dan seluruh desa yang ada di Indonesia sebagai bentuk program yang akan direalisasi ketika kemenangan pilihan Presiden ada padanya.<sup>43</sup>

**Personal Branding** : Di bagian ini teori *personal branding* ditonjolkan pada cuplikan tayangan debat terakhir calon Presiden ini yang dibagikan melalui akun Instagram pribadi dengan pembentukan *personal branding* konsistensi Ganjar Pranowo dengan menanggapi, bahwa dalam mencegah permasalahan pendidikan yang tinggi di Indonesia, maka harus dihentikannya liberalisasi pendidikan agar tidak merepotkan bagian keluarga kurang mampu, dan akan menerapkan programnya yaitu satu keluarga miskin, satu sarjana. Perlunya ketelitian agar bantuan sosial dapat tersalurkan dengan baik.<sup>44</sup> Hal ini menjadi bentuk konsistensi Ganjar Pranowo agar keselarasan untuk mencapai program yang unggul dapat tercapai.

Selain itu, masuknya teori dalam meningkatkan *personal branding* melalui reputasi di media sosial juga menjadi cara dalam berkarya secara konsisten sebab membangun *personal branding*, membutuhkan waktu yang tidak singkat, maka dari itu proses yang dilalui harus dinikmati dan mencapai hasil yang diinginkan dengan memberikan karya yang bermanfaat seperti halnya Ganjar Pranowo mengungkapkan programnya yang terencana dan memberikan penjelasan dengan padat melalui debat presiden, lalu diposting ulang melalui akun Instagram pribadi agar semua pengikut atau pengguna media sosial tersebut tahu dan paham *personal branding* yang ditonjolkan melalui debat tidak kalah dengan pasangan calon lain.<sup>45</sup>

**Analisis Statistik Engagement** : Postingan di atas mengangkat caption “Alhamdulillah seluruh rangkaian debat telah tuntas. Visi misi dan program telah kami sampaikan. Program yang

---

<sup>43</sup> “Junaidi - KOMUNIKASI QUR’ANI (Melacak Teori Komunikasi Efektif).pdf,” n.d., 35, accessed October 30, 2023, <https://media.neliti.com/media/publications/265948-komunikasi-qurani-dcac6b0d.pdf>.

<sup>44</sup> “Debat Capres Pilpres 2024: Adu Gagasan Soal Bansos, Stunting, Dan Kisruh UKT – Apa Yang Luput Dibahas Dan Apakah Debat Capres Terakhir Berdampak Pada ‘Swing Voters’? - BBC News Indonesia,” accessed February 19, 2024, <https://www.bbc.com/indonesia/articles/c88nj9qz4p4o>.

<sup>45</sup> Tamimy, *Sharingmu Personal Branding (Menampilkan Image Diri Dan Karakter Di Media Sosial)*, 4.

kita siapkan bukan asal-asalan. Banyak kajian dan pertimbangannya. Memperhatikan kebutuhan rakyat, masukan intelektual dan kemampuan penganggaran. Terimakasih KPU RI, media, dan seluruh pihak yang menyukseskan penyelenggaraan debat pertama hingga kelima. Semoga mampu mengedukasi masyarakat.

#ganjarmahfud2024” dengan jumlah like postingan 146,07 dan jumlah komentar 10,305 ini menjadi respons positif dengan memberikan tanyangan ulang debat capres cawapres utamanya poin-poin penting yang disampaikan oleh Ganjar Pranowo yang membuat pengguna sosial media utamanya pengikut Ganjar Pranowo paham bahwa poin yang disampaikan Ganjar memang ditujukan kepada rakyat.

**Persepsi Publik :** Respons masyarakat dapat dilihat dari video dan juga komentar, di video terlihat saat Ganjar datang mendapat sambutan meriah dari pendukung yang juga datang di sekitar lokasi debat, selain itu melalui komentar dapat dilihat bahwa apa yang telah Ganjar Pranowo sampaikan menjadi hal pokok yang di pahami dan mendapat respon positif dari pendukungnya seperti komentar akun @Smngttt “pakk tadi malan andaa kerreen sat set tas tes to the point”, @santoso\_797 “Terharu Mendengar Cloing Statement Pak Ganjar” dari komentar tersebut bahwa pesan politik yang disampaikan diterima dengan baik dan mampu dipahami pengguna media sosial.

- c. **Seleksi data :** Berdasarkan postingan cuplikan debat Ganjar Pranowo di media Instagram, dapat dipahami bahwa fokus pada postingan ini yaitu memperkuat program kuat program kerja unggulan Ganjar Pranowo yang telah di umumkan ke publik yang di anggap remeh pasangan calon Capres dan Cawapres lain yaitu internet gratis. Ganjar memperkuat alasan mengapa program ini dipilih dan manfaatnya masuk ke semua sasaran mulai dari sekolah, UMKM dan seluruh desa untuk mencegah ketimpangan sosial digitalisasi. Selain itu, permasalahan Ganjar Pranowo yang tidak setuju dengan program unggulan pasangan calon lain yaitu makanan gratis di sekolah sebagai pencegahan stunting, diungkapkan beserta alasan bahwa tidak tepat sebab terlalu terlambat di usia sekolah untuk mencegah stunting. Data ini menjadi penting dan menarik, sebab Ganjar Pranowo ingin memperlihatkan bahwa program yang diusung sudah matang atas pertimbangan dari berbagai komponen, selain itu Ganjar Pranowo juga

memberikan ketidaksetujuan program unggulan pasangan Capres dan Cawapres yang mengomentari program kerja unggulannya, hal ini terlihat bahwa Ganjar telah memperhitungkan akan semua program untuk diterapkan atau tidak, efektif dan menjangkau semua permasalahan atau tidak.

#### **4. Analisis Postingan Instagram “Pulang ke Semarang” postingan 11 Februari 2024**

- a. Deskripsi data :** Postingan Instagram Ganjar Pranowo pada 11 Februari 2024 yang berlokasi di Lapangan Pancasila Simpang Lima, Kota Semarang dengan tema “ Pulang Semarang” merupakan postingan video yang memperlihatkan berakhirnya kampanye yang selama ini telah dilakukan dan Semarang dipilih sebagai lokasi terakhir sebelum Pemilu 2024 akan dilaksanakan pada 14 Februari 2024. Kampanye terakhir ini di isi dengan penyampaian kegelisahan akan permasalahan, tetapi ada dua permasalahan utama yang dirasakan oleh masyarakat selama pelaksanaan kampanye mulai dari November hingga Februari yaitu gelapnya tabir demokrasi dan keadilan ekonomi yang menghilang.

Hal ini terjadi disebabkan karena terancamnya eksistensi dan krisisnya demokrasi di Indonesia, suara rakyat bagaikan roh demokrasi yang tak terdengar di telinga elite penguasa membuat kegelapan makin menjadi karena korupsi yang merajalela dan pengsalahgunaan hukum serta permainan konstitusi yang mengakibatkan ekonomi masyarakat kecil makin sulit. Banyak cerita masyarakat tentang sulitnya akses dan tidak meratanya layanan kesehatan. Maka dari itu, dikesempatan terakhir kampanye ini Ganjar Pranowo bersama Mahfud MD sebagai kandidat calon Presiden di Pemilu serentak 2024 nomor urut 3, mengungkapkan jika diberi kesempatan maka ada 3 janji pokok yang akan di bawa sampai menjadi Presiden nantinya yaitu pertama, demokrasi yang saat ini dianggap lemah akan dibangun. Kedua, akan ada 21 program unggulan yang isinya membangun ekonomi dan pro terhadap rakyat. Ketiga, janji setia kepada seluruh rakyat Indonesia oleh Ganjar-Mahfud.

Dalam kampanye terakhir ini, Ganjar Pranowo mengajak warga berdialog dengan perwakilan tiga orang yaitu penyandang disabilitas, seorang pelaku UMKM dan alumni SMK Jateng. Penyandang disabilitas Yuktiasih Proborini yang mengungkapkan keinginan agar penyandang disabilitas dihormati oleh negara maupun masyarakat. Perwakilan alumni SMK Jateng, M Raihan Muzadi yang mengaku terbantu dengan

adanya sekolah gratis di SMK Jateng dan ini juga mampu menopang perekonomian keluarganya. Serta Yani Mardianto sebagai pelaku UMKM asal Surakarta yang meminta pemerintah agar perhatian kepada pelaku UMKIM dari yang masih kecil hingga yang sudah mampu naik level. Di kesempatan ini juga Ganjar Pranowo mendapatkan syal merah gambar bunga dari Mardianto sebagai lambang keberanian dan keindahan serta integritas.

Pada kampanye terakhir ini, Ganjar Pranowo dengan tegas mengungkapkan bahwa seluruh program akan diselesaikan dan melalui program-programnya Ganjar Pranowo akan memberikan kekuatan kepada seluruh rakyat dan optimis akan menang mutlak di Jawa Tengah.

- b. **Reduksi Data** : Dilihat daripada postingan video ini, maka memperlihatkan masuknya data sebagai berikut :

**Komunikasi Politik** : Teori model komunikasi politik yaitu Komunikasi sebagai bentuk dari proses. Jika melihat komunikasi dari sifatnya maka hasilnya adalah dinamis, maka dari itu pentingnya Ganjar Pranowo melakukan kampanye untuk mendapatkan hasil yang berprogres dan hal ini besar pengaruh dari semua persoalan komunikasi yang memuat banyak perubahan yang disesuaikan dengan keadaan lingkungan, di mana kandidat lain yang juga mencalonkan diri sebagai Presiden pada pemilu serentak sangat kuat. Selain itu, postingan video ini memperlihatkan penggunaan media Instagram sebagai perantara komunikasi politik dalam kampanye pemilu, Kampanye menjadi ajang pendekatan ke masyarakat untuk mendapatkan dukungan menjelang pemilu. Hal ini terlihat di dalam video, bahwa Semarang menjadi lokasi terakhir dari semua proses kampanye, sebab kota Semarang menjadi kota kepulauan dan menjadi rumah bagi Ganjar Pranowo yang sebelumnya adalah Gubernur Jawa Tengah selama dua periode.

Penggunaan teori proses komunikasi politik dapat berlangsung melalui kampanye saat pemilu sebagai ajang yang sangat tinggi dalam meningkatkan intensitasnya. Hal ini disebabkan oleh kampanye pemilu menjadi proses dengan tempo yang cepat dalam interaksi politik, ditambah kedekatan Ganjar Pranowo dengan masyarakat Semarang begitu lekat karena sisi merakyatnya dengan ditampilkannya kemeriahan rakyat saat menyambutnya dalam kampanye berlangsung. Selain itu, pada kampanye terakhir ini memperlihatkan

masuknya teori konsep dasar kampanye politik sebagai komunikasi politik hal ini terlihat dari proses kampanye yang menyampaikan informasi dalam berbagai pesan politik melalui komunikasi dihadapan seluruh khalayak yang memiliki tujuan utama memengaruhi dan mampu membentuk opini publik, sehingga memengaruhi proses pemilihan umum kelak, seperti halnya di video Ganjar Pranowo berusaha meyakinkan rakyat.<sup>46</sup>

**Personal Branding** : Teori *Personal branding* yang dibangun dengan menampilkan dua hal yaitu kepemimpinan (*the law of leadership*) dengan menampilkan kredibilitas dan kekuasaan agar terciptanya posisi yang sempurna. Kredibilitas pada kepemimpinan (*the law of leadership*) ini diperlihatkan dengan membangun kekuatan agar adanya kepercayaan, seperti di video ini, terlihat bahwa Ganjar Pranowo meminta restu kepada masyarakat Jawa Tengah agar dapat memelihara demokrasi di Indonesia, menjadi pemimpin yang amanah dan menjaga kesetiiaannya kepada rakyat. Sedangkan kekuasaan pada kepemimpinan (*the law of leadership*) ini memang diperlukan untuk mencapai tujuannya memimpin kembali rakyat, tetapi dengan jabatan yang lebih tinggi agar kekuasaannya mampu mencapai semua titik dan mampu menjadi pemimpin yang amanah akan jabatan dan mampu melaksanakan semua program dengan sempurna.<sup>47</sup>

Selain itu, postingan video ini memperlihatkan masuknya teori *personal branding* dan *marketing* politik, hal ini terlihat dari strategi politik yang diusung Ganjar Pranowo sesuai dengan tujuan *marketing* politik yaitu menggunakan media sosial sebagai media kampanye untuk mengurangi adanya rintangan dalam mengakses kampanye politik di lokasi yang tidak bisa dilihat orang lain, memperluas dalam pembagian pemilih serta memiliki sasaran kelompok untuk dilakukan kampanye sehingga mampu terbentuk 450 titik kampanye, mempertajam pengetahuan publik dengan memberikan ilmu baru atau ilmu tambahan yang perlu diketahui masyarakat akan keberlangsungan kebaikan untuk negeri ini, menyebar luaskan program kerja yang telah dibentuk telah dilaksanakan Ganjar Pranowo disetiap kampanye ataupun postingan media sosialnya selalu memberikan pemahaman akan program-program yang

---

<sup>46</sup> Antar, *Manajemen Kampanye: Panduan Teoretis Dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*, 7.

<sup>47</sup> Dewi, *Personal Branding: Kunci Kesuksesan Anda Berkiprah Di Dunia Politik*, 68–69.

diusungnya dan yang terakhir yaitu mendorong agar mau memilih sebagai tujuan utama Ganjar Pranowo mendapat dukungan, dan ini telah dilakukan setiap jalannya kampanye dan postingan isntagramnya dengan kode berupa hastag #ganjarmahfud2024.<sup>48</sup>

**Analisis Statistik Engagement :** Postingan dengan caption “Di Semarang, rasanya seperti pulang. Hangat, damai dan menentramkan. Matur nuwun, Semarang” mendapatkan 386.380 like dan 13,421 komentar ini mendapatkan respon positif dan juga negatif, respon positif didapatkan karena kedatangan Ganjar Pranowo untuk kampanye terakhir di sambut hangat oleh masyarakat Jawa Tengah, bahkan datang mulai dari siswa SMK N Jateng, pelaku umkm dan teman-teman penyandang disabilitas, tetapi melalui media sosial Instagram dari ada satu-dua orang yang menggap Ganjar memiliki kesombongan. Banyak yang meramaikan postingan untuk melihat bagaimana aksi Ganjar Pranowo di Semarang dalam menjalankan kampanye terakhir, dimana sebelumnya Semarang menjadi tempatnya menjadi bagian dari pemerintah Jawa Tengah.

**Persepsi Publik :** Respons masyarakat terhadap postingan ini dapat dilihat dari video postingan yang memperlihatkan kemeriahan rakyat dalam menyambut Ganjar Pranowo dengan banyak melakukan interaksi dengan seluruh masyarakat dan memberikan pesan-pesan politik akan majunya di Pemilu Serentak 2024 sebagai Calon Presiden dan janji yang akan di embannya. Selain itu, dari kolom komentar terlihat dari komentar @maspandam “Jateng Gayeng untuk Indonesia Unggul”, @erdiantorukmana “Salut dengan kesombongannya” yang memiliki komentar pro dan kontra menghiasi laman komentar.

- c. **Seleksi data :** Berdasarkan postingan Instagram berupa komplikasi video kampanye terakhir Ganjar Pranowo yang dilakukan di Semarang. Dapat digolongkan masuk ke dalam inti dari pertemuan untuk menyapa rakyat, sebab pada kampanye terakhir ini poin-poin yang disampaikan yaitu poin inti yang membahas pertama tentang permasalahan rakyat yang telah ditampung setelah menyelesaikan semua kampanye yaitu ada dua tentang tabir gelap demokrasi dan keadilan ekonomi. Kedua, tiga janji pokok kepada rakyat yaitu pertama, demokrasi

---

<sup>48</sup> Dewi, *Personal Branding: Kunci Kesuksesan Anda Berkiprah Di Dunia Politik*, 45–47.

yang saat ini dianggap lemah akan dibangun. Kedua, akan ada 21 program unggulan yang isinya membangun ekonomi dan pro terhadap rakyat. Ketiga, janji setia kepada seluruh rakyat Indonesia oleh Ganjar-Mahfud. Ketiga yaitu dialog berupa pesan atau harapan rakyat kepada Ganjar Pranowo ketika mampu memenangkan pencalonan Presiden yang diwakili tiga orang yaitu penyandang disabilitas, lulus SMK Jateng dan pelaku UMKM. Data ini menjadi penting, sebab Ganjar Pranowo mampu meakukan pendekatan kepada seluruh rakyat tanpa memandang status dan keadaan serta dengan adanya masukan dari rakyat dan pengungkapan harapan akan kepemimpinnya kelak, maka menumbuhkan rasa yakin akan kemenangan utamanya di Jawa Tengah.

#### D. ANALISIS TIKTOK

##### 1. Analisis Postingan TikTok “MalmingGan (Malam Minggu Bareng Ganjar)” postingan 23 Desember 2023

- a. **Deskripsi data** : Postingan TikTok Ganjar Pranowo pada 23 Desember 2023 dengan tema “MalmingGan (Malam Minggu Bareng Ganjar)” merupakan video konten yang akan di upload secara rutin setiap malam minggu. Kegiatan ini sengaja dipilih sebagai ajang diskusi bersama pengguna media sosial dan bentuk realisasi program yang diterapkan menjelang Pemilu. melalui MalmingGan ini, Ganjar Pranowo menjawab aspirasi rakyat yang disalurkan terlebih tentang sudut pandang Ganjar Pranowo akan lingkungan, sosial dan politik yang dirasakan. Selain itu, MalmingGan ini lebih mengarah ke ajang diskusi bersama generasi muda, karena pengguna sosial media yang rata-rata memang anak muda, pembahasannya tentang isu politik dan permasalahan yang ada di masyarakat agar generasi muda juga lebih peduli.

Program ini juga ditujukan untuk mecerdaskan bangsa, terlepas dari efektif atau tidak selama dijalankan. Program yang menjadi bentuk acara obrolan ringan tiap malam minggu ini menjadi warna baru bagi Indonesia utamanya dalam ranah Pemilu Presiden, sebab acara ini mampu menjadi ajang penilaian masyarakat pengguna media sosial terhadap Capres dan Cawapres yang maju di Pemilu serentak 2024, karena obrolan yang dilakukan juga tidak akan lepas pada pembahasan visi-misi, gagasan yang diungkapkan, bahkan opini yang terbentuk di publik serta cara mendengar, memahami dan menangani dengan pemberian solusi terhadap permasalahan yang sedang dihadapi masyarakat dan Ganjar Pranowo sebagai kandidat calon Presiden akan memberi

pandangan dan solusi untuk realisasikan akan jika mampu memenangkan Pemilu yang akan datang.

- b. Reduksi data** : Setelah dipahami data yang termuat di dalam video ini merupakan Ganjar Pranowo yang melakukan komunikasi politik dengan memasukkan yaitu :

**Komunikasi Politik** : Teori unsur-unsur komunikasi politik yang telah diseleksi dan didiskripsikan sebagai berikut :

- 1) Adanya komunikator sebagai orang yang menyampaikan pesan politik yaitu Ganjar Pranowo.
- 2) Komunikan sekelompok orang yang hadir atau ikut berpartisipasi walau itu melalui program diskusi secara online atau melalui media sosial.
- 3) Pesan politik yaitu pernyataan yang disampaikan dengan kandungan isi politik melalui pernyataan politik yang banyak dimuat di media sosial tentang ulasan politik dan pemerintah, seperti isi video ini yang memuat diskusi tentang program Ganjar Pranowo “MalmingGan” malmingan bareng Ganjar untuk menyerap aspirasi rakyat yang didengar, dijawab dan diberi solusi bahkan diberi tanggapan akan keingin tuhan masyarakat dan pandangan terhadap pemerintahan.
- 4) Media sarana atau saluran sebagai alat untuk menyampaikan pesan agar menjangkau semua khalayak yang mampu memberikan pengaruh secara langsung ataupun tidak langsung, seperti yang dapat diskusi ini yang dilakukan oleh Ganjar Pranowo dengan menyapa semua masyarakat melalui TikTok dengan membuka kolom pertanyaan untuk dijawab Ganjar Pranowo. Di sisi lain program MalmingGan ini mempunyai fungsi membuka pemikiran antara Ganjar Pranowo sebagai kandidat calon Presiden yang maju pada Pemilu serentak 2024 dengan pandangan masyarakat yang ingin tahu seberapa luas pemahaman Capres akan aspirasi rakyat, lewat acara ini masyarakat pengguna sosial media jadi tahu dapat dapat mengenali Capres dan Cawapres yang maju dalam pemilihan Presiden dengan visi misi yang diusung dan program yang akan di realisasikan melalui diskusi.<sup>49</sup>

**Personal Branding** : Pada konten video ini juga terlihat masuknya teori *personal branding* tujuan dalam meningkatkan *personal branding* melalui reputasi di media sosial, karena terdapat hal berikut yaitu Membuat konten yang bermanfaat dan menarik seperti hal nya tujuan dari program MalminGan ini sebagai tempat

---

<sup>49</sup> Mukarom, *Komunikasi Politik*, 36.

diskusi publik melalui media sosial, ini juga menjadi konten yang bermanfaat karena adanya *sharing session* antara masyarakat dan kandidat calon yang maju pada pilihan Presiden 2024 dan menarik karena ruang diskusi seperti ini tidak disediakan semua capres yang maju, sehingga diskusi antara Ganjar Pranowo dan masyarakat yang ikut serta program ini dapat berlangsung secara intens.<sup>50</sup>

Selain itu terlihatnya video ini masuk pada teori *personal branding* yang kita miliki, perlu dukungan *marketing* politik. Sebab *marketing* politik yang bagus utamanya di media sosial, seperti yang dilakukan Ganjar Pranowo ini mampu memberikan kekuatan *personal branding* karena jalan menuju kesuksesan politik tidak ada yang mulus untuk menduduki pasar politik, seperti Barack Obama saat mencalonkan diri sebagai Presiden Amerika yang memanfaatkan media sosial untuk membuat *website* kampanye, menggunakan semua media sosial dan media online sebagai alat kampanye pada saat itu karena pilihan ini tepat penggunaannya yang besar mampu meraih pemilih yang banyak.<sup>51</sup>

**Analisis Statistik Engagement** : Berdasarkan caption yang diangkat yaitu “Jadi gak Sabar Malmingan lagi yo! Kalo kalian punya pertanyaan lain, langsung tulis di kolom komentar ya” postingan ini mendapatkan 22,4 ribu like dan 1.155 komentar. Postingan ini menjadi ajang promosi acara yang secara khusus oleh Ganjar Pranowo untuk membuka diskusi publik selama mencalonkan diri, salah satu tujuannya yaitu membangun *image*. Program ini menjadi menarik karena pasangan calon lain belum ada yang memiliki program sama dengan memanfaatkan TikTok dan membuka pertanyaan dikolom komentar untuk nanti akan dibahas dan dibalas dalam bentuk video dengan memposting di malam minggu.

**Persepsi Publik** : Respons masyarakat dapat dilihat melalui banyaknya pertanyaan yang masuk yang telah dijawab Ganjar Pranowo selama ini, membuktikan tingginya minat masyarakat pengguna media sosial TikTok untuk mengetahui pemahaman Capres yang maju dengan semua pertanyaan mulai dari sosial, masyarakat, politik dan pertanyaan pribadi dan respons positif terlihat dikolom komentar dengan beberapa respons seperti contoh: akun @dlantid “pak ganjar ga sombong, buktinya aku disapa”,

---

<sup>50</sup> Muhammad, *Sharing-Mu, Personal Branding-Mu: Menampilkan Image Diri Dan Karakter Di Media Sosial*, 3.

<sup>51</sup> Dewi, *Personal Branding: Kunci Kesuksesan Anda Berkiprah Di Dunia Politik*, 50–51.

**@Katara (taylor's version)** “2024 GANJAR PRANOWO – MAHFUD MD”.

- c. **Seleksi data** : Berdasarkan postingan video TikTok berupa komplikasi video menjawab pertanyaan dan berbincang bersama pengguna media sosial TikTok melalui program malam minggu yaitu MalmingGan (Malmingan Bareng Ganjar) memperlihatkan bahwa Ganjar Pranowo berusaha mengumpulkan segala bentuk pertanyaan dan harapan rakyat yang nantinya akan dijawab melalui program MalmingGan. Cara yang dilakukan yaitu membuat kolom untuk segala pertanyaan, lalu akan dikumpulkan dan dijawab di malam minggu dan akan di posting melalui akun TikTok pribadi. Program acara ini berguna dalam memberi fokus pada pengguna media sosial untuk memberi pertanyaan, sehingga jawaban yang diberikan Ganjar Pranowo akan menjadi penilaian masyarakat, bagaimana ungkapan sesuai sudut pandang calon yang maju di Pemilihan Presiden ini akan cocok menjadi pemimpin yang akan diilih atau tidak. Hal ini menjadi menarik, sebab di luar kegiatan kampanye terdapat kegiatan yang membuat adanya interaksi antara calon dan pemilih dengan adanya tujuan lain yaitu membuat masyarakat paham akan permasalahan di lingkungan sekitarnya dan isu politik yang ada dengan harapan lain mencerdaskan masyarakat dengan pemahaman-pemahaman baru.

## 2. Analisis postingan TikTok “untuk Selalu Mendengarkan Rakyat” postingan 26 Januari 2024

- a. **Deskripsi data** : Postingan TikTok Ganjar Pranowo pada 26 Januari 2024 dengan tema “untuk Selalu Mendengarkan Rakyat” merupakan komplikasi video yang berisi tulisan akan kesetiaan kepada rakyat, kepala berita yang menyatakan bahwa Ganjar adalah Presiden rakyat serta foto dan video yang menunjukkan kedekatan terhadap rakyat melalui blusukannya selama ini. Tujuan dari video ini adalah penyampaian bahwa Ganjar Pranowo yang termasuk golongan rakyat biasa telah maju ke pemilihan Presiden 2024 untuk mewakili rakyat dalam menjalankan pemerintah dengan membawa program-program untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat, karena telah disadari dan dipahami Ganjar Pranowo bahwa menentukan masa depan rakyat menjadi letak kebenaran tertinggi, hal menjadi wujud dari kegiatan blusukan Ganjar yang telah mendengarkan dan menerima suara rakyat akan pesan dan harapan.
- b. **Reduksi Data** : Pada Postingan TikTok dengan isi berupa video narasi dengan beberapa gambar yaitu :

- 1) Kepala berita yang menyatakan Ganjar adalah Presiden rakyat, bukan Presiden PDIP.
- 2) Tulisan dengan bertulis “Saya Bersama Prof. Mahfud Berjanji untuk Selalu Mendengarkan Rakyat”.
- 3) Foto-foto saat blusukan dengan memperlihatkan kedekatan dengan rakyat.
- 4) Di akhir video terlihat gambar Ganjar memeluk seseorang dan dituliskan “Ganjar Presiden Rakyat”.
- 5) Video narasi dengan teks narasi yang memiliki makna bahwa Ganjar Pranowo dan Mahfud MD sebagai kandidat calon yang maju di Pemilihan Presiden 2024 ini, sudah terbiasa mendengar keluhan kesah rakyat, mencoba mengklasifikasi akan permasalahan yang muncul tentang bagaimana memberikan afirmasi kepada kelompok rentan, perempuan, disabilitas, anak-anak dan manula dengan melibatkan mereka, *No one left behind*.

**Komunikasi Politik :** Dari rincian isi video di atas dapat dilihat ke dalam data yang diseleksi untuk dimasukkan ke teori komunikasi politik yaitu sosialisasi politik, di mana proses perkembangan dari individu atau kelompok menjadi sasaran untuk memperoleh simpati dari pihak tertentu, inilah yang dinamakan sosialisasi politik. Munculnya perilaku dan pola pikir yang memiliki hubungan dengan pesan yang tersampaikan, maka dinamakan proses sosialisasi politik ini berhasil. Hal ini memang diperlukan oleh Ganjar Pranowo karena dengan membangun citra yang baik, maka proses penarikan partisipasi politik akan lebih mudah untuk memberikan dukungan atas pencalonannya sebagai Presiden pada pemilu serentak 2024.<sup>52</sup>

**Personal Branding :** Selain itu, terlihat secara nyata bahwa media sosial dimanfaatkan dalam meningkatkan reputasi *personal branding* seperti halnya di video ini diantaranya yaitu :

- 1) Mengukung pembuatan konten bermanfaat dan menarik agar pengguna media sosial TikTok dapat melihat keseriusan dan kerja nyata Ganjar melalui video dengan memasang jiwa kerakyatan sebagai Presiden Rakyat kelak.
- 2) Menjadi diri sendiri dengan menampilkan hal-hal baik dan menonjol di setiap postingan, ditambah Ganjar Pranowo dalah seorang politisi yang sedang mencalonkan diri sebagai Presiden pada tahun 2024, maka perlu dilakukan *branding* diri melalui

---

<sup>52</sup> Rush, Michael, and Philip Althoff, *Pengantar Sosiologi Politik*, 24.

media sosial dengan memperkenalkan karakter atau ciri khasnya sebagai seorang pemimpin.<sup>53</sup>

**Analisis Statistik Engagement :** Postingan ini mengangkat *caption* “*No one left behind*. Jangan sampai seorangpun yang tertinggal dalam proses pembangunan ini. Semua harus dirangkul dan semua harus bergerak. Mari awali niat baik ini dengan cara-cara yang baik pula. #ganjarpranowo #ganjarmahfud2024 #rambutputih” dengan jumlah like 4,220 ribu dan mendapat 273 kmentar. Dibandingkan dengan postingan lain memang jumlah like dan komentar yang didapatkan lebih sedikit, tetapi isi dari video yang ditampilkan mencakup semua isi dan tujuan Ganjar Pranowo yang maju di Pencalonan Presiden Pemilu Serentak 2024, hal ini tidak luput dari pendukung setia yang meramaikan komentar dengan rasa bangga.

**Resepsi Publik :** Respons masyarakat secara umum dapat dilihat dari tayangan video yang merupakan video komplikasi memperlihatkan kampanye dan blusukan Ganjar sambil mendengarkan keluh kesah rakyat selama ini, hingga menampilkan laman berita yang bertulis bahwa Ganjar Pranowo Presiden Rakyat bukan Presiden PDIP yang akan menegakkan keadilan, ekonomi dan hukum di Indonesia dan respon pengguna media sosial dapat dilihat melalui komentar seperti akun @veein “pak keluh kesah rakyat kecil, yg lebih utama njih, saat nti jadi Presiden”, @meirna\_16 “orang pada menilai ganjar dari PDIP megawati, tapi yg kita cari bukan karna partainya tapi karna pak ganjar itu orang yg ramah, murah senyum, cerdas”.

- c. **Seleksi data :** Berdasarkan postingan video TikTok tersebut dapat dikatakan bahwa fokus dari isi video merupakan ajakan kepada seluruh rakyat Indonesia utamanya mereka yang telah menonton video tersebut untuk mendukung Ganjar Pranowo melalui Pemilu serentak 2024. Hal ini terlihat bahwa dalam video Ganjar Pranowo memberikan penjelasan bahwa pencalonannya sebagai Presiden akan membawa dirinya untuk setia kepada rakyat, permasalahan akan Ganjar yang menjadi topik pemberitaan menjadi tuntas dengan afirmasi yang dibawa bahwa dia adalah Presiden rakyat, serta Ganjar Pranowo yang telah banyak melakukan blusukan telah paham masukan dan harapan rakyat yang membuatnya yakin ketika kesempatan menjadi Presiden itu dicapainya, maka masa depan rakyat sebagai letak kebenaran tertinggi akan dijunjung dan program-program yang dibentuk akan selaras dengan kebutuhan

---

<sup>53</sup> Tamimy, *Sharingmu Personal Branddingme (Menampilkan Image Diri Dan Karakter Di Media Sosial)*, 3.

rakyat. Hal ini penting untuk diungkapkan sebagai bentuk jawaban Ganjar Pranowo yang kadang masih diragukan kesetiiaanya kepada partainya yaitu PDIP atau rakyat, agar memperjelas tujuan utamanya maju di pemilihan Presiden.

### 3. Analisis Postingan TikTok “Tuanku ya Rakyat Jabatan hanyalah Mandat” postingan 03 Februari 2024

**a. Deskripsi data** : Postingan TikTok Ganjar Pranowo pada 03 Februari 2024 yang berlokasi di KPU Jakarta dalam acara debat terakhir dengan tema “Tuanku ya Rakyat Jabatan Hanyalah Mandat” merupakan video tayangan singkat debat yang dilakukan Ganjar Pranowo pada debat terakhir sebelum dilaksanakannya Pemilu. video ini membahas bagian penting yang diungkapkan tentang “kelompok perempuan dan disabilitas” dengan tambahan foto kelompok perempuan dan disabilitas untuk mengungkapkan pesan rakyat yang di terima oleg Ganjar Pranowo dari gadis Yogyakarta bernama Kalis Mardiasih. Isi pesan tersebut berupa harapan agar sekolah dapat berjalan dengan inklusi terutama bagi kelompok perempuan dan penyandang disabilitas, sebab dua kelompok ini seringkali mendapat dsikriminasi dan terpinggirkan, padahal hak yang dimiliki dengan semua orang adalah sama.

Selain itu, harapan pada pendidikan yang baik mampu menciptakan keterampilan dan mampu memberikan dorongan akan terbukanya lapangan kerja yang baik, serta mendorong adanya keseimbangan pada upah buruh. Pendapat ini sekaligus menjadi keyakinan Ganjar Pranowo untuk memperjuangkan hak-hak kaum terpinggirkan melalui debat terakhir, agar meratanya keadilan bagi seluruh rakyat Indonesia dan sebagai bukti bahwa Ganjar Pranowo yang selalu menyebutkan diri sebagai Presiden rakyat dan menyebutkan tuanku adalah rakyat, jabatan hanyalah mandat sebagai fakta yang akan direalisasikan.

**b. Reduksi data** : Berdasarkan data dari video cuplikan debat terakhir itu, dapat dilakukan seleksi data yang berisi bahwa Ganjar Pranowo memberikan masuknya teori sebagai berikut :

**Komunikasi Politik** : Teori komunikasi politik dengan cara penyampaian yang terkandung dalam unsur-unsur komunikasi politik yaitu pesan politik yang merupakan salah satu unsur komunikasi politik dengan disampaikan secara lisan dan terang-terangan melalui debat politik terakhir tentang pemilu yang akan datang, diposting melalui TikTok agar masyarakat tahu akan pembahasan penting di debat yang disampaikan agar tidak

putusnya komunikasi politik menjelang pemilu.<sup>54</sup> Hal ini penting adanya, sebab pembahasan yang dilakukan Ganjar Pranowo mempunyai paham akan pesan yang dikutip seorang wanita dari Yogyakarta bernama Kalis Mardiansah dan disampaikan bahwa sekolah yang memberikan jalan inklusi utama terhadap kelompok perempuan dan penyandang disabilitas agar terhindar dari diskriminasi dan terbukanya lapangan pekerjaan dengan upah yang stabil, hal ini menjadi komponen dari komunikasi politik yang terikat karena komunikasi tidak akan ada jika tidak memiliki sumber dan sumber ini didapat melalui kutipan pesan yang diangkat dalam debat dan tidak akan ada penerima pesan jika tidak ada yang menyampaikan.

Selain itu, pembahasan ini juga mengandung unsur politik yaitu opini publik, sebab apa yang telah diungkapkan Ganjar mampu mengubah pemikiran masyarakat yang menonton video debat terakhir, untuk dapat memberikan dukungan penuh kepadanya. Apalagi pada pembahasan ini Ganjar memperkuat keinginan dalam memperjuangkan “hak kelompok perempuan dan penyandang disabilitas”. Hal ini sama dengan tujuan opini publik yaitu membentuk opini publik yang mengarah pada partisipasi politik dan menjadi bentuk nyata dari keinginan suatu kelompok ataupun individu dalam berinteraksi di depan publik menyampaikan opini.<sup>55</sup>

**Personal Branding** : Pembahasan seperti ini menjadi jalan terbukanya pembuatan konten ini dengan diposting melalui media sosial TikTok menjadi masuknya teori yaitu cara meningkatkan *personal branding* melalui reputasi di media sosial dengan menyediakan konten menarik dan bermanfaat dengan isi sesuai perspektif dan keahlian seperti yang dilakukan Ganjar Pranowo. Selain itu, secara konsisten memposting video dengan tema Pemilu 2024 mampu membangun *personal branding* Ganjar Pranowo sebagai kandidat calon Presiden yang maju di Pemilu serentak 2024, tetapi waktu yang dibutuhkan tidak bisa instan perlu proses untuk mencapai titik hasil yang diinginkan melalui postingan ini. Di lain sisi Ganjar Pranowo juga menonjolkan *personal branding* “menjadi diri sendiri” yang tidak terintervensi dengan kandidat lain yang ditonjolkan melalui video ini dan video ini juga sesuai dengan profesi, kemampuan dan keadaan yang sedang dijalani.<sup>56</sup>

---

<sup>54</sup> Mukarom, *Komunikasi Politik*, 34–35.

<sup>55</sup> Rush, Michael, and Philip Althoff, *Pengantar Sosiologi Politik*, 24.

<sup>56</sup> Muhammad, *Sharing-Mu, Personal Branding-Mu: Menampilkan Image Diri Dan Karakter Di Media Sosial*, 3.

**Analisis Statistik Engagement :** Postingan dengan caption “Tuanku ya Rakyat Jabatan hanyalah Mandat #ganjarpranowo #ganjarmahfud2024 #rambutputih” mendapatkan jumlah like 21,2 ribu dan ada 4,738 komentar yang mengisi. Isi dari postingan ini mampu membangun *image* Ganjar Pranowo karena, dia terkenal sebagai aktor politik dengan jargon “Tuanku ya Rakyat Jabatan hanyalah Mandat” hal ini terlihat dengan penggunaan kata tersebut untuk menambah dukungan beserta memperkuat isi video postingan yang mencakup poin-poin Ganjar mendukung rakyat kecil dan kaum terpinggirkan untuk membentuk pendidikan kuat dan ekonomi sejahtera.

**Persepsi Publik :** Respons masyarakat dapat menjadi persepsi publik dengan dilihat dari pesan yang disampaikan Ganjar Pranowo dari seorang sosok perempuan dari Yogyakarta agar sekolah jadi lebih inklusif menjadi bukti kepercayaan rakyat telah dipegang oleh Ganjar Pranowo, selain itu dapat dilihat melalui kolom komentar yang memberikan respons positif akan pernyataan Ganjar dalam debat yang langsung pada poin inti. Seperti komentar akun @Rinn “Ganjar dipandang sebagai pemimpin yang responsif terhadap aspirasi rakyat”, @sukmafortuna “salam maju Ganjar Pranowo pasti menang yoo”.

- c. **Seleksi data :** Berdasarkan postingan video TikTok tersebut dapat dikatakan bahwa fokus dari isi video adalah pernyataan-pernyataan Ganjar Pranowo pada debat terakhir yang mampu menyampaikan pesan seorang perempuan dari kaum yang seringkali tidak mendapatkan haknya dan terpinggirkan. Keinginan agar sekolah lebih inklusi utamanya bagi kaum perempuan dan penyandang disabilitas sebab sering mendapatkan diskriminasi dan ketidakadilan, selain itu diungkapkan juga pendidikan yang baik mampu terciptanya keterampilan serta mampu memberikan dorongan akan terbukanya lapangan kerja dan mampu menyeimbangkan dan memberikan keadilan akan upah buruh. Hal ini menjadi menarik sebab pokok pembahasan pada video TikTok tersebut berusaha memperlihatkan perjuangan Ganjar Pranowo untuk menyampaikan amanat atau pesan dari salah satu rakyatnya tentang keinginan perubahan pada “hak kaum perempuan dan penyandang disabilitas” di debat terakhir dengan membawa keteguhan hati pada kepercayaan “Tuanku ya Rakyat, Jabatan hanya Mandat”.

#### 4. Analisis postingan TikTok “Demokrasi” postingan 09 Februari 2024

a. **Deskripsi data** : Pada postingan TikTok Ganjar Pranowo di Tanggal 09 Februari 2024 dengan tema “Demokrasi” merupakan video kampanye yang memperlihatkan Ganjar Pranowo melakukan pembahasan tentang kritiknya pada demokrasi di Indonesia, sebab sejumlah kampus sebagai komunitas akademik telah menunjukkan kritiknya atas demokrasi Indonesia yang semakin menurun drastis. Selain itu, Ganjar Pranowo juga menyampaikan semua masyarakat sipil seperti tokoh agama, tokoh masyarakat, budayawan dapat menyampaikan pesan akan demokrasi di Indonesia termasuk kampus sebagai bentuk kebebasan mimbar akademik dan tidak boleh diintervensi oleh semua pihak termasuk meminta secara khusus agar pihak kampus menyanjung pemerintah, seperti mengkritik intervensi yang diungkapkan oleh pihak-pihak rektor kampus.

b. **Reduksi data** : Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa data tersebut dapat diseleksi dan masuk ke dalam teori beberapa unsur teori, seperti di kesempatan ini Ganjar Pranowo memberikan pemahaman yang masuk ke dalam teori unsur-unsur komunikasi politik yaitu :

**Komunikasi Politik** : Citra politik dan partisipasi politik. Citra politik diperlihatkan dengan memberi kritik terhadap turunnya kualitas demokrasi di Indonesia sebagai bentuk kontranya Ganjar Pranowo terhadap pemerintah saat ini yang juga tidak terbukanya pemerintah akan kritik dari masyarakat bahkan akademisi. Hal ini menjadi bentuk menaikan elektabilitas, sebab citra politik membangun citra partai dalam proses komunikasi politik juga dan akan memunculkan timbal balik dalam bentuk perilaku ataupun pendapat. Salah satu gambaran umum dalam politik adalah citra ini, karena kepercayaan akan muncul ketika adanya harapan atau nilai dari masyarakat yang ditujukan pada kelompok politik tertentu.

Sedangkan partisipasi politik yang merupakan menggalang partisipasi individu ataupun kelompok pada suatu forum untuk menggabungkan aspirasi yang memiliki isi kepentingan untuk diajukan sebagai kebijakan publik. Hal ini memuat program kerja seperti yang digagas Ganjar Pranowo tentang kampus sebagai sivitas akademik memiliki kebebasan bersuara dan tidak boleh diintervensi, selain itu demokrasi yang saat ini sedang diuji dengan gelombang kritik. Selain itu, pesan politik juga diungkapkan tentang kebebasan berekspresi dan menjalankan demokrasi dan

penerima pesan politik dari semua kalangan ini diharapkan mampu memberikan dukungan akan jalannya pemilihan umum untuk semua kalangan yang sudah cukup umur, pesan politik ini merupakan bagian dari komunikasi politik untuk melibatkan jalannya komunikasi dengan penyampaian pesan yang menonjolkan pembahasan politik.<sup>57</sup>

Selain itu Ganjar membangun teori etika komunikasi Islam yang bersandar pada *Qaulan Sadidan* memiliki arti perkataan, ucapan dan pembicaraan yang baik dan benar dengan dilihat dari segala segi substansi mulai dari materi, isi dan pesan yang terkandung serta penggunaan redaksi. Hal ini karena dalam komunikasi Islam harus menyampaikan informasi dan kebenaran sesuai fakta yang bearti jujur, benar adanya dan tidak terdapat manipulasi data. Hal ini juga diterangkan pada surat Al-Ahzab Juz 22:70 berbunyi :


يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya : “Wahai orang-orang beriman! Maka bertaqwalah kamu terhadap Allah dan berbicaralah perkataan yang benar”

Hal ini terlihat bahwa Ganjar Pranowo menekankan bahwa Kampus, akademisi dan semua masyarakat memiliki hak dalam mengkritik demokrasi di negeri ini tanpa harus mendapatkan intervensi dari pihak manapun dan kebebasan berpendapat tidak dapat diubah dengan paksaan agar mendukung pemerintahan, hal yang dilakukan Ganjar Pranowo memperlihatkan bahwa tidak ada kebohongan akan yang disampaikan, bahkan pendapat yang diutarakan benar adanya bukan termasuk manipulasi data yang masuk ke dalam *Qaulan Sadidan*.

Jika mengutip Timothy P.O'Brien identitas diri penting dalam merespon citra akan kualitas dan nilai yang dimiliki seseorang. Selain itu pandangan masyarakat akan nilai-nilai yang dimiliki seseorang mampu membuat adanya pandangan atau perspektif yang secara positif mampu menaikkan *personal branding* di mata masyarakat. Hal ini juga digunakan sebagai bentuk *personal branding* oleh Ganjar Pranowo agar proses penyampaian pesan politik yang dilakukan secara langsung tidak hanya diterima oleh masyarakat yang datang di lokasi yang memiliki paham bahwa yang disampaikan memiliki makna

---

<sup>57</sup> Mukarom, *Komunikasi Politik*, 35.

mendalam akan citra diri dan sudut pandang akan masa depan pemerintah sehingga dapat dijadikan keunggulan dengan gagasan-gagasan yang disampaikan.<sup>58</sup>

**Analisis Statistik Engagement :** Berdasarkan postingan tersebut dengan membangun *caption* “Biarkan kampus tetap pada fitrahnya sebagai mimbar ilmu pengetahuan yang merdeka. Siapapun di dalamnya bebas untuk berekspresi, apalagi ketika demokrasi di negeri ini tengah diambang kemerosotan #ganjarmahfud2024 #rambutputih” mendapatkan jumlah like 41,6 ribu dan terdapat 6.540 komentar menjadi bentuk Ganjar memberi pemahaman bagaimana tugas kampus sebenarnya tanpa boleh di ganggu pihak manapaun dalam memberikan tanggapan tentang demokrasi, hal ini mendapat respons positif akan yang disampaikan bahwa kebebasan itu memang harus ada dan ditegakkan dan postingan ini memberi paham mimbar-mimbar akademisi yang masih takut bersuara. Postingan ini mendapat reaksi positif bahwa memang benar adanya yang diungkapkan Ganjar, harus mampu diwujudkan oleh Pemerintah sebagai bentuk kebebasan berpendapat akan jalannya demokrasi di Indonesia.

**Persepsi Publik :** Persepsi publik akan postingan ini memberi nilai positif dan negatif serta dapat terlihat melalui masyarakat yang turut hadir mendengarkan penjelasan Ganjar melalui video tanpa adanya kontra akan pernyataan yang diungkapkan Ganjar, selain itu melalui kolom komentar pengguna TikTok juga memberikan respons positif akan apa yang telah menjadi gagasan-gagasan Ganjar Pranowo seperti komentar akun @Wiyono “kampus yang ditunggangi oleh oknum-oknum”, @GRACE AYUMI “Kami slalu mendukungmu pak,, kami butuh internet gratis pak...”.

- c. **Seleksi data :** Berdasarkan postingan video TikTok tersebut dapat dilihat bahwa isi dari video tersebut memiliki fokus pada Ganjar Pranowo yang melakukan kampanye serta memberikan kritik akan permasalahan demokrasi di Indonesia yang makin turun kualitasnya. Selain itu, menyebutkan semua masyarakat sipil termasuk kampus sebagai mimbar akademik memiliki hak dalam menyampaikan kritik bahkan tidak boleh diintervensi oleh pemerintah. Hal ini dilakukan Ganjar Pranowo untuk mendukung adanya kebebasan demokrasi dan pemerintah mau menerima kan segala kritikan yang dilakukan oleh masyarakat sebagai bentuk kekecewaan untuk membenahi pemerintahan yang tidak stabil

---

<sup>58</sup> Dewi, *Personal Branding: Kunci Kesuksesan Anda Berkiprah Di Dunia Politik*, 13.

dalam menangani demokrasi hingga titik ini. Hal ini berguna sebagai masukan kepada pemerintah agar tidak tutup telinga dan mau mendengarkan suara rakyat akan keresahan yang dilakukan selama ini, maka dari itu melalui acara ini Ganjar menyampaikan dengan tegas tidak boleh pemerintah melakukan intervensi dan mengharuskan mimbar akademik untuk menyanjung pemerintah seolah demokrasi sudah berjalan dengan benar.

## E. Ringkasan Hasil Analisis Komunikasi Politik Ganjar Pranowo di Akun Instagram dan TikTok

### 1. Hasil Komunikasi Politik Ganjar Pranowo di akun pribadi Instagram

Postingan-postingan yang di unggah oleh Ganjar Pranowo melalui akun pribadinya di Instagram dan TikTok, masing-masing memiliki isi yang menonjolkan kampanye politik menjelang pemilihan Presiden pada Pemilu Serentak tahun 2024. Pada akun Instagram Ganjar Pranowo terdapat 100 lebih postingan yang berkaitan dengan pemilu serentak 2024. Di dalam semua postingan tersebut ada 4 yang paling menonjol yaitu isi postingan langsung mengungkapkan program kerja unggulan yang diusung sebagai calon Presiden tahun 2024. Empat postingan ini memiliki informasi yang tertera melalui foto, caption yang berisi penjelasan dan bahkan video yang berisi ucapan dari Ganjar Pranowo untuk mempertegas informasi. Keempat postingan tersebut yaitu : a) SMK Gratis lulus langsung kerja untuk masyarakat miskin, b) Hajatan rakyat Makassar menggegar, c) Debat Pamungkas, d) Pulang ke Semarang.

Postingan Ganjar Pranowo yang diteliti merupakan foto dan video *reels* yang telah dipilih dai beberapa postingan yang memuat komunikasi politik, alasan postingan tersebut dipilih karena isi yang memuat kegiatan kampanye yang dilakukan dengan selalu memberikan penekanan pesan politik dan arah program kerja unggulan yang telah dibentuk berdasarkan visi-misi yang di usung, penonjolan *personal branding* melalui blusukan dan kalimat yang diutarakan untuk memberikan harapan, pesan dan keadilan kepada semua lapisan masyarakat, tempat di setiap postingannya selalu berbeda daerah dengan membawa ciri khas daerah tersebut, memberikan gagasan-gagasan melalui isi video dan *caption*, serta selalu menggunakan *hashtag* #ganjarmahfud2024 sebagai bentuk atau cara menaikkan namanya sebagai calon Presiden di Pemilu serentak 2024.

## 2. Komunikasi Politik Ganjar Pranowo di akun pribadi TikTok

Akun TikTok Ganjar Pranowo memiliki lebih dari 100 postingan yang menyuarakan kampanye Pemilu 2024. Penelitian ini dilakukan di 2 bulan saat menjelang Pemilu serentak pada Februari 2024. Pada 2 bulan ini paling berpotensi terdapat intensitas komunikasi politik dengan mengangkat *personal branding* melalui pemilihan. Terdapat berbagai isi yang berupa komunikasi menyuarakan tentang pemilu yaitu a). Malmingan (Malam Minggu Bareng Ganjar), b). Untuk Selalu Mendengarkan Rakyat, c). Tuanku ya Rakyat Jabatan hanya Mandat, d). Demokrasi.

Jika dihubungkan dengan komunikasi politik dengan mengutip Rusadi Kantaprawita pada bagian penggunaannya dijelaskan bahwa komunikasi mencoba untuk menghubungkan pemikiran politik yang ada di tengah masyarakat dengan melihat dari aspek golongan, institusi, asosiasi, pola pikir bahkan sektor kehidupan politik. Hal ini terlihat ketika Ganjar Pranowo memberikan program diskusi Malmingan yang mampu memberikan pengaruh terhadap pemikiran masyarakat berdasarkan gagasan-gagasan yang diungkapkan. Selain itu, setiap postingan menjadi dasar pembentuk *personal branding* yaitu (ciri khas) Sesuatu yang sangat identik dan khas sehingga membuat terlihat berbeda dari kebanyakan orang menjadi ciri dari *personal brand* yang kuat. Keidentikkan yang menjadi ciri khas ini diperlihatkan dengan adanya kualitas, seperti halnya Ganjar Pranowo memperlihatkan kualitas berpikir, berbicara dan memberikan pendapat. Kualitas berpikir yang diperlihatkan dengan gagasan-gagasan penting tentang keadilan dan kebebasan demokrasi, perjuangan Ganjar Pranowo untuk mengilangkan statement “Ganjar Presiden PDIP” bahkan dengan memberikan statement ke dalam debat dengan isi pemikiran rakyat dari kaum terpinggirkan. Selain itu untuk menaikkan *engagement* di TikTok berupa *like*, *coment* dan *share*, maka digunakannya *hashtag* di setiap postingan yaitu #ganjarpranowo #ganjarmahfud2024 #rambutputih sebagai keidentikkan dan meningkatkan jangkauan pengguna media sosial dalam mengenal sosok Ganjar Pranowo yang maju sebagai calon Presiden dan bentuk meningkatkan aktivitas *audiens* pada akun dan unggahannya.

Berikut adalah tabel perbandingan postingan konten Instagram dan TikTok Ganjar Pranowo :

| <b>Judul Postingan Instagram</b>                | <b>Perbandingan Tema Postingan</b>                                       | <b>Judul postingan TikTok</b>           |
|---|--|---|
| SMK Gratis Langsung Kerja untuk Keluarga Miskin |  | MalmingGan (Malam Minggu Bareng Ganjar) |
| Hajatan Rakyat Makassar Menggelegar             | <b>Komunikasi Politik Ganjar Pranowo Sebagai di Pemilu Serentak 2024</b> | Untuk Selalu Mendengarkan Rakyat        |
| Debat Pamungkas                                 |  | Tuanku ya Rakyat Jabatan hanya Mandat   |
| Pulang ke Semarang                              |  | Demokrasi                               |

Sumber : Diolah oleh penulis

