

## ANALISIS ISI POLA KOMUNIKASI POLITIK GANJAR PRANOWO DALAM POSTINGAN VIDEO DI APLIKASI TIKTOK

Fira Qoyyimah<sup>1</sup>, Wahyu Maulana Putra<sup>2</sup>, Danis Novitasari<sup>3</sup>  
[goyyimahfira@gmail.com](mailto:goyyimahfira@gmail.com)<sup>1</sup>, [mauput0914@gmail.com](mailto:mauput0914@gmail.com)<sup>2</sup>, [novitadanishov@gmail.com](mailto:novitadanishov@gmail.com)<sup>3</sup>  
Universitas Yudharta Pasuruan

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konten video yang diunggah di akun TikTok resmi @ganjarpranowofc sebagai bagian dari strategi komunikasi politik Ganjar Pranowo. Metode analisis isi digunakan untuk merinci pesan-pesan yang terkandung dalam konten video tersebut. Hasil analisis menunjukkan bahwa konten video yang diunggah memiliki fokus utama pada penyampaian pesan-pesan politik Ganjar Pranowo. Pesan-pesan ini dirancang dengan cermat untuk menciptakan citra positif, menunjukkan Ganjar Pranowo sebagai sosok yang dekat dengan masyarakat, aktif dalam pekerjaannya sebagai gubernur, dan responsif terhadap berbagai isu aktual. Penggunaan visualisasi, teks, keterangan video, dan lagu dalam analisis semiotik membantu mengungkap makna mendalam dari setiap konten video. Citra Ganjar Pranowo yang tercipta melalui TikTok mencakup sisi kehidupan pribadi, tanggung jawab politiknya, dan respons terhadap isu-isu sosial. Penelitian ini juga menyoroti bahwa Ganjar Pranowo berhasil membangun komunikasi yang autentik dengan pengikutnya di TikTok. Penonton menginterpretasikan Ganjar Pranowo sebagai tokoh yang tidak hanya serius dalam tugasnya sebagai gubernur tetapi juga memiliki sisi kehidupan pribadi yang dapat mereka sambut dengan baik. Kesimpulannya, analisis isi ini menggambarkan bagaimana Ganjar Pranowo menggunakan TikTok sebagai alat untuk membentuk dan menyampaikan pesan-pesan politiknya dengan memanfaatkan berbagai elemen visual dan audio. Hal ini memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang strategi komunikasi politik melalui platform media sosial tertentu.

**Kata Kunci:** Tiktok, Ganjar Pranowo, Analisis Iis, Media Sosial.

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the content of videos uploaded on the official TikTok account @ganjarpranowofc as part of Ganjar Pranowo's political communication strategy. Content analysis method is employed to detail the messages conveyed in these videos. The results of the analysis indicate that the uploaded video content primarily focuses on delivering political messages from Ganjar Pranowo. These messages are carefully crafted to create a positive image, portraying Ganjar Pranowo as someone close to the community, actively engaged in his role as governor, and responsive to various current issues. The use of visualization, text, video captions, and songs in semiotic analysis helps reveal the profound meaning behind each video content. The image of Ganjar Pranowo created through TikTok encompasses aspects of his personal life, political responsibilities, and responses to social issues. The research also highlights Ganjar Pranowo's successful establishment of authentic communication with his followers on TikTok. Audiences interpret Ganjar Pranowo as a figure not only dedicated to his duties as a governor but also someone with a personal life that they can warmly embrace. In conclusion, this content analysis depicts how Ganjar Pranowo utilizes TikTok as a tool to shape and convey his political messages by leveraging various visual and audio elements. This provides deeper insights into the political communication strategy through a specific social media platform.*

**Keywords:** *TikTok, Ganjar Pranowo, Content Analysis, Social Media*

## **PENDAHULUAN**

Transformasi digital dan kemajuan teknologi internet di Indonesia telah mencapai puncaknya, terbukti dari peningkatan signifikan dalam penetrasi internet. Data dari Profil Internet Indonesia yang dirilis oleh APJII pada 9 Juni 2023 mencatat bahwa tingkat penetrasi internet Indonesia mencapai pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 1,18% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna. Lonjakan yang luar biasa terjadi selama masa pandemi, di mana jumlah pengguna internet meningkat dari 175 juta menjadi 215 juta pada tahun 2023.

Seperti yang dikemukakan oleh Johnson (2017), internet kini telah menjadi medium yang sangat tepat untuk komunikasi dan kampanye politik. Pelaku politik saat ini menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi politik, melibatkan berbagai kegiatan seperti kampanye, sosialisasi, pembentukan citra/merek, penerimaan aspirasi, dan aktivitas komunikasi dua arah dengan konstituennya. Penting bagi pelaku politik untuk mampu menyampaikan pesan politik mereka kepada pendukung, baik melalui keterlibatan langsung maupun melalui perantara.

Indonesia, sebagaimana tergambar dari data Kepios, menempati peringkat kedua di dunia dalam hal pengguna TikTok. Hingga April 2023, sekitar 99.072.000 pengguna smartphone di Indonesia menggunakan TikTok sebagai wadah untuk mengekspresikan kreativitas dan inovasi mereka. Angka ini mencerminkan 51,1% dari populasi Indonesia yang berusia 18 tahun ke atas, dengan perincian 66% perempuan dan 34% laki-laki.

Menurut laporan We Are Social, aplikasi video pendek ini memiliki 1,09 miliar pengguna di seluruh dunia per April 2023. Tercatat, pengguna TikTok di seluruh dunia bertambah 12,6% dibandingkan pada tahun sebelumnya (year-on-year/yoy). Jika dibandingkan kuartal sebelumnya, aplikasi besutan Bytedance ini naik 3,9% (quarter-to-quarter/qtq).

Dengan pertumbuhan jumlah pengguna yang terus berlanjut, TikTok telah menjadi alat strategis baru bagi pelaku politik dan tim media mereka untuk mengarahkan narasi politik selama periode pemilihan umum. Menurut Nurianti (2023), TikTok menyediakan fitur unik yang memungkinkan pelaku propaganda politik untuk mencapai audiens yang lebih luas karena model berbagi kontennya yang relatif baru dibandingkan dengan platform media sosial lainnya. Di TikTok, tidak bergantung pada jumlah pengikut, melainkan fokus pada kontennya sendiri. Setiap individu yang dapat menciptakan konten yang "menarik" dapat membuka "halaman Anda sendiri", membuka pintu peluang bagi para oportunis politik untuk mendorong narasi politik dengan menciptakan konten audio-visual yang menarik. Melalui sistem ini, pesan propaganda radikal dapat mendorong pengikut fanatik karena TikTok akan menyajikan konten serupa kepada pengguna. Model ini dapat menciptakan gelembung informasi yang akan diterima oleh pengguna dan memengaruhi pandangan mereka.

Keunggulan media sosial TikTok dibandingkan dengan media sosial lainnya mencakup kemudahan integrasi video konten dengan platform lain seperti Instagram dan YouTube untuk memperluas jangkauan audiens. Format kontennya yang menggunakan teknik penceritaan juga memberikan dimensi yang berbeda, menciptakan medium komunikasi interpersonal melalui komentar dan suka sehingga kedekatan antara pelaku politik dan audiens lebih terasa.

Dalam konteks komunikasi politik, teknik penceritaan dapat digunakan untuk menekankan pesan selama periode kampanye kepada calon pemilih. Pesan-pesan politik dapat disampaikan melalui berbagai cerita tentang aspek personal dan institusional. Seperti yang dinyatakan oleh Hunt (2015), kegiatan retorika politik tidak dapat dihindari bergantung pada teknik penceritaan.

Menurut Brian McNair (2011), terdapat empat jenis kegiatan hubungan masyarakat politik: manajemen media, manajemen citra, komunikasi internal, dan manajemen informasi. Keempat kegiatan ini dilakukan untuk mengelola isu dan media dengan cara yang memaksimalkan liputan yang menguntungkan dan meminimalkan kerugian bagi pelaku politik dan organisasi.

Teori citra dari Goffman (1956) menggambarkan citra sebagai upaya seseorang untuk mengekspresikan diri di hadapan orang lain sehingga citra diri yang diinginkan dapat tercapai. Goffman membagi citra menjadi dua poin utama: panggung depan (front stage) dan belakang panggung (backstage). Setiap individu yang melakukan manajemen citra seperti aktor yang tampil di panggung pertunjukan, sehingga konsep ini dikenal sebagai dramaturgi.

Pembahasan terkait kegiatan hubungan masyarakat politik di media sosial TikTok dipilih dengan sengaja karena jumlah pengguna di Indonesia terus bertambah. Selain itu, penggunaan media sosial TikTok telah berubah dari konten ekspresi diri ke konten yang lebih berbobot, seperti penyampaian materi edukatif. Salah satu politisi dan pejabat negara Indonesia yang menggunakan media sosial TikTok sebagai medium untuk memperkuat aspirasi politik adalah Ganjar Pranowo, Gubernur Jawa Tengah (2013–2018 dan 2018–2023). Ganjar Pranowo menggunakan TikTok untuk memamerkan aktivitasnya sebagai gubernur yang bekerja nyata. Keterlibatan dengan audiens dilakukan dengan merespons cepat terhadap aspirasi dalam kolom komentar. Pada saat artikel ini ditulis, akun TikTok @ganjarpranowfc mencatat 7,2 juta pengikut, mengunggah 944 video, dan mengumpulkan 181.8juta suka.

Pemilihan Ganjar Pranowo sebagai subjek utama artikel ini didasarkan pada hasil survei dari tiga lembaga yang menempatkan elektabilitasnya di tiga besar (Kompas, 15/07/2023). Survei Charta Politica di Jawa Tengah pada 24-30 Juni 2023 menunjukkan elektabilitas Ganjar sebesar 71,5%. Di tingkat nasional, survei dari Lembaga Survei dan Konsultan Indopol (diadakan pada 24 Juni hingga 1 Juli 2023) menunjukkan elektabilitas Ganjar sebesar 24,55%. Lembaga Survei Nasional (LSN) pada 10-24 Juni 2023 menunjukkan Prabowo Subianto berada di posisi pertama dengan 29,5% suara, dan Ganjar Pranowo berada di posisi kedua dengan 20,9% suara. Artikel ini bertujuan untuk: (1) mengetahui dan menganalisis citra politik Ganjar Pranowo di akun TikTok @ganjarpranowfc dengan mengeksplorasi makna pesan-pesannya; (2) menginterpretasikan kinerja citra politik Ganjar Pranowo melalui impresi yang diterima oleh audiens.

Tabel 1. Followers Sosial Media Ganjar Pranowo Per 31 Oktober 2023

No	Platform	Followers
1	Instagram	6.3JT
2	Tiktok	7.2JT
3	Twitter	3.4JT

## Sumber

Keputusan untuk memilih TikTok sebagai fokus penelitian didasarkan pada pertimbangan data jumlah pengikut (followers) yang mencapai 7.2 juta pada tanggal 31 Oktober 2023. Jumlah pengikut yang besar ini menandakan potensi pengaruh yang signifikan, memungkinkan pesan politik Ganjar Pranowo untuk menjangkau audiens yang luas. Selain itu, karakteristik demografi pengguna TikTok yang cenderung muda menjadi faktor relevan, mengingat platform ini dikenal sebagai tempat di mana generasi muda sering berinteraksi. Analisis terhadap format video pendek yang menjadi ciri khas TikTok juga dijadikan alasan, karena format tersebut memungkinkan Ganjar Pranowo menyampaikan pesan politiknya secara singkat dan efektif. Pemilihan.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini melibatkan pengumpulan data dari postingan video Ganjar Pranowo pada periode tertentu, dengan menerapkan metode kuantitatif dengan mengadopsi pendekatan yang digunakan oleh Liebhart & Bernhardt (2017) dan Iqbal (2021) untuk menganalisis citra politik Ganjar Pranowo. Dapat mengkategorikan citra politik dalam perannya sebagai gubernur dan sebagai warga sipil, gambaran menyeluruh tentang pesan politiknya diterima selama periode penelitian. Selanjutnya, penelitian mengkategorikan konten video berdasarkan pola komunikasi politik yang teridentifikasi, seperti pesan-pesan kebijakan, interaksi dengan masyarakat, atau elemen-elemen retorika politik lainnya. Proses kategorisasi ini dapat dilakukan dengan menggunakan skema kategorisasi yang telah dikembangkan sebelumnya atau dengan merumuskan kategori-kategori baru berdasarkan temuan empiris.

Untuk mengukur reliabilitas antar coder, penelitian ini menerapkan rumus Holsti untuk menghitung tingkat kesepakatan antar penilai atau coder. Rumus Holsti untuk mengukur reliabilitas antar coder adalah sebagai berikut:

$$R = \frac{N-1}{N-k} \times \left( 1 - \frac{\sum d^2}{KT - \sum T_i^2} \right)$$

Dalam rumus tersebut:

- $R$  adalah koefisien reliabilitas.
- $N$  adalah jumlah coder.
- $k$  adalah jumlah kategori yang dinilai.
- $d$  adalah selisih skor antar coder pada setiap unit analisis.
- $K$  adalah jumlah unit analisis.
- $T_i$  adalah total skor coder  $i$ .

Rumus Holsti memberikan nilai reliabilitas antar coder, yang mencerminkan tingkat kesepakatan atau konsistensi dalam proses analisis isi. Semakin tinggi nilai  $R$ , semakin tinggi tingkat kesepakatan antar coder dalam mengkategorikan pola komunikasi politik dalam postingan video TikTok Ganjar Pranowo. Holsti menyajikan rumus reliabilitas antar coder sebagai berikut:

$$R = \frac{N-1}{N-k} \times \left( 1 - \frac{\sum d^2}{KT - \sum T_i^2} \right)$$

Dengan  $R$  sebagai koefisien reliabilitas,  $N$  sebagai jumlah coder,  $K$  sebagai jumlah kategori yang dinilai,  $d$  sebagai selisih skor antar coder pada setiap unit analisis,  $K$  sebagai

jumlah unit analisis, dan Ti sebagai total skor coder i.

Namun, sayangnya, data mengenai selisih skor antar coder d tidak diberikan dalam deskripsi penelitian ini, sehingga tidak dapat menghitung nilai reliabilitas secara langsung menggunakan rumus Holsti. Oleh karena itu, hasil reliabilitas antar coder tidak dapat disimpulkan tanpa informasi tambahan mengenai selisih skor.

Meskipun demikian, analisis kuantitatif terhadap data konten video TikTok @ganjarpranowofc pada Oktober 2023 menunjukkan bahwa Ganjar Pranowo berhasil mencapai tingkat interaksi yang tinggi di platform tersebut. Dengan total 42 video, mencapai 17.773.500 penonton, 1.543.8000 suka, dan 17.963.000 berbagi, serta tingkat komentar dan favorit yang signifikan, TikTok terbukti menjadi platform yang efektif dalam menyampaikan pesan politik Ganjar Pranowo dan memobilisasi partisipasi pengikutnya secara kuat.

Analisis tambahan terhadap jenis pesan dalam caption TikTok menunjukkan bahwa mayoritas pesan bersifat informatif (80%), menekankan upaya Ganjar Pranowo dalam menyampaikan informasi secara jelas dan faktual. Pesan persuasif juga terdapat dalam proporsi yang signifikan (20%), menandakan upaya untuk memengaruhi opini dan sikap pengikutnya. Tidak adanya pesan koersif menunjukkan pendekatan yang lebih moderat dalam komunikasi politik Ganjar Pranowo.

Dengan representasi yang seimbang antara peran sebagai pemimpin daerah dan individu sipil, Ganjar Pranowo berhasil membangun citra yang komprehensif melalui TikTok. Meskipun hasil reliabilitas antar coder tidak dapat disimpulkan, analisis data secara keseluruhan memberikan gambaran yang cukup representatif tentang keberhasilan komunikasi politiknya melalui platform ini.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Ganjar Pranowo lahir pada 28 Oktober 1968, di Karanganyar, Jawa Tengah. Pendidikan tingginya dimulai di Fakultas Hukum, Universitas Gadjah Mada (UGM). Minatnya dalam politik muncul setelah bertemu almarhum Prof. Dr. Cornelis Lay, M.A, Guru Besar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada (Fisipol UGM), seorang politisi senior Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP). Saat itu, Ganjar Pranowo bergabung dengan PDIP dan menjadi anggota Dewan Perwakilan Rakyat Indonesia dari tahun 2004 hingga 2013.

Karir politiknya berlanjut sebagai calon gubernur dalam Pemilihan Umum Gubernur Jawa Tengah pada tahun 2013. Dia berpasangan dengan Heru Sudjatmoko yang diusung oleh PDIP. Dengan Jumlah suara 48,82%, pasangan Ganjar-Heru memenangkan pemilihan dan resmi menjabat sebagai gubernur dari 2013-2018. Ganjar Pranowo terpilih kembali sebagai gubernur untuk periode kedua dari 2018 hingga 2023 dengan meraih 58,78% suara. Pada Pemilihan Gubernur kedua, Ganjar Pranowo berpasangan dengan Taj Yasin Maimoen, anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Jawa Tengah dari fraksi Partai Persatuan Pembangunan (PPP) untuk periode 2014-2019.

Selama masa jabatannya, Ganjar Pranowo menerima berbagai penghargaan, termasuk Satyalancana Pembangunan (2014), Bintang Jasa Utama (2015), dan Satyalancana Karya Bhakti Praja Nugraha (2015). Ganjar Pranowo aktif di berbagai media sosial, seperti Instagram dengan nama akun @ganjar\_pranowo (akun resmi), Twitter dengan akun @ganjarpranowo (akun resmi), Facebook dengan akun Ganjar Pranowo (akun resmi), dan TikTok dengan akun @ganjarpranowofc.

Artikel ini membatasi analisis konten video yang diunggah pada September-Oktober 2023. Selama periode ini, terdapat 42 konten video dengan tingkat penonton berkisar antara 1.000.000 hingga 17.000.000 penonton. Jumlah tinggi berbagi menunjukkan bahwa pengelolaan isu dan penyajian pesan dalam konten video telah berhasil menginspirasi audiens, sehingga dianggap menarik dan penting untuk disebar (layak dibagikan). Kuantifikasi jumlah penonton, suka, favorit, berbagi, dan komentar dapat dilihat dalam

Berdasarkan analisis, dari 1 Oktober – 31 Oktober 2023, terdapat 30 konten video yang menampilkan citra gubernur dan 12 konten video yang menampilkan citra pribadi/sipil. Dari 42 konten video yang dianalisis, 20 citra politik berhasil dikelompokkan.

Jumlah berbagi yang tinggi menunjukkan bahwa penanganan isu dan penyajian pesan dalam konten video telah berhasil menginspirasi penonton, sehingga dianggap menarik dan penting untuk disebar (layak dibagikan). Kuantifikasi jumlah tayangan, suka, favorit, berbagi, dan komentar dapat dilihat dalam Tabel.

Tabel 2. Kuantifikasi Konten Video TikTok @ganjarpranowofc 1 Oktober – 31 Oktober 2023

Jumlah Video	42
Jumlah Suka	1.543.8000
Jumlah Berbagi	17.963.000
Jumlah Komentar	78.242
Jumlah Favorit	36.657
Jumlah Penonton	17.773.5000

Sumber : Olahan Peneliti

Data kuantifikasi konten video TikTok @ganjarpranowofc pada rentang waktu 1 Oktober hingga 31 Oktober 2023 menunjukkan sejumlah angka yang signifikan, memperkuat pemilihan platform TikTok sebagai fokus analisis. Dengan total 42 video yang diunggah, mencapai 17.773.500 penonton, 1.543.8000 suka, dan 17.963.000 berbagi, terlihat bahwa Ganjar Pranowo berhasil menarik perhatian serta keterlibatan aktif dari pengikutnya di TikTok. Jumlah komentar sebanyak 78.242 dan favorit sebanyak 36.657 juga mencerminkan tingkat interaksi yang tinggi. Angka-angka ini mengindikasikan bahwa TikTok menjadi platform yang efektif dalam menyampaikan pesan politik Ganjar Pranowo dan mampu memobilisasi partisipasi pengikutnya secara kuat

Tabel 3. Hasil analisis konten video TikTok @ganjarpranowofc dari 1 Oktober – 31 Oktober 2023

No	Kategori	Deskripsi
1	Dekat dengan Rakyat	Ganjar Pranowo terlihat berinteraksi dengan masyarakat, menunjukkan keakraban dan suasana santai.
2	Interaksi dengan Anak-Anak	Ganjar Pranowo terlibat dalam interaksi langsung dan berdialog dengan anak-anak, menunjukkan sisi kehangatan dan kepedulian.

3	Kekerasan terhadap Anak dan Perempuan	Ganjar Pranowo menekankan isu kekerasan terhadap anak dan perempuan, serta berpartisipasi dalam kampanye pencegahan.
4	Aspirasi dan Forum Dialog	Menampilkan proses dialog Ganjar Pranowo dengan masyarakat, mengakomodasi aspirasi dan keluhan mereka.
5	Keanekaragaman	Ganjar Pranowo terlibat dalam kegiatan budaya dan keagamaan, menunjukkan dukungan terhadap keberagaman.
6	Tanggap Darurat	Ganjar Pranowo merespons keadaan darurat, termasuk mengunjungi lokasi bencana dan memberikan bantuan.
7	Empati Sosial	Menampilkan sikap empati Ganjar Pranowo, seperti memberikan donasi dan membantu mereka yang membutuhkan.
8	Keluarga	Ganjar Pranowo terlibat dalam kegiatan bersama keluarganya, termasuk perjalanan, berkumpul, dan berbagi foto masa lalu.
9	Kehidupan Sehari-hari	Gambaran kegiatan sehari-hari Ganjar Pranowo yang tidak terkait dengan perannya sebagai Gubernur.
1	Motivasi	Ganjar Pranowo memberikan nasihat atau motivasi kepada penonton.
11	Pandangan Politik	Menampilkan pandangan politik Ganjar Pranowo yang biasanya disampaikan dalam pidato dan wawancara/dialog.
12	Prestasi Pembangunan	Menampilkan pencapaian pembangunan di Provinsi Jawa Tengah.
13	Protokol	Ganjar Pranowo hadir dalam acara khusus sebagai Gubernur.
14	Rapat	Ganjar Pranowo memimpin atau menghadiri pertemuan dalam kapasitasnya sebagai Gubernur.
15	Selebritas	Menampilkan interaksi Ganjar Pranowo dengan tokoh terkenal, seperti makan bersama, wawancara, atau acara bersama selebriti internasional.
16	Seni, Musik, dan Olahraga	Menunjukkan dukungan Ganjar Pranowo terhadap seni, musik, dan olahraga, baik sebagai warga sipil maupun Gubernur.
17	Inspeksi	Ganjar Pranowo melakukan inspeksi spontan kegiatan, proyek, acara, dan distribusi bantuan tanpa diperhatikan oleh target inspeksi.

18	Spiritual	Menampilkan Ganjar Pranowo dalam kegiatan spiritual, seperti ziarah, memberikan ceramah, mendengarkan kajian, dan menjalin hubungan dengan pemimpin agama.
19	UMKM	Menampilkan dukungan, promosi, dan informasi program terkait Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Tabel kuantifikasi konten video TikTok @ganjarpranowofc dari 1 Oktober hingga 31 Oktober 2023 menggambarkan gambaran yang menarik tentang pola komunikasi politik Ganjar Pranowo. Dengan total 42 video, 17.773.500 penonton, 1.543.8000 suka, dan 17.963.000 berbagi, dapat ditarik kesimpulan bahwa pesan politiknya berhasil mencapai dan mempertahankan keterlibatan pengikutnya. Analisis tambahan dari 1 Oktober-31 Oktober 2023 menunjukkan keberhasilan dalam menampilkan dua sisi peran Ganjar Pranowo.

Dari 42 video yang dianalisis, terdapat 19 kelompok gambar yang berhasil diidentifikasi, mencakup berbagai aspek kehidupan dan pekerjaan Ganjar Pranowo. Mulai dari interaksi dengan masyarakat hingga dukungan terhadap seni, musik, dan olahraga, Ganjar Pranowo berhasil mempresentasikan dirinya sebagai figur yang dekat dengan rakyat dan terlibat dalam berbagai aspek kehidupan sosial. Keterlibatan aktif pengikut, yang tercermin dalam jumlah suka, berbagi, dan komentar yang tinggi, menandakan daya tarik kontennya di platform TikTok.

Dengan adanya representasi yang seimbang antara perannya sebagai pemimpin daerah dan individu sipil, Ganjar Pranowo mampu membangun citra yang komprehensif. Pendekatan holistik ini tidak hanya mendukung efektivitas komunikasi politiknya tetapi juga mencerminkan kesadaran akan pentingnya menggabungkan aspek personal dan publik dalam era media sosial.

**Tabel 4. Jenis Pesan Caption Unggahan Tiktok @Ganjarpranowofc**

Jenis Pesan	Jumlah Coding	Persentase
Tidak ada pesan	0	0%
Informatif	33	80%
Persuasif	9	20%
Koersif	0	0%
Jumlah	42	100%

Sumber: Olahan Peneliti

Data yang tercantum menggambarkan pola komunikasi melalui caption TikTok Ganjar Pranowo. Dari 42 caption yang dianalisis, mayoritasnya (80%) bersifat informatif, menunjukkan bahwa Ganjar Pranowo menggunakan platform ini untuk menyampaikan informasi secara jelas dan faktual kepada pengikutnya. Pesan persuasif juga terdapat dalam proporsi yang signifikan, mencapai 20%. Hal ini menunjukkan upaya Ganjar Pranowo untuk memengaruhi opini dan sikap pengikutnya melalui pesan yang lebih mendalam atau bersifat persuasif. Meskipun demikian, tidak terdapat pesan koersif dalam dataset ini, menandakan bahwa Ganjar Pranowo memilih pendekatan yang lebih moderat dan menghindari gaya komunikasi yang terlalu dominan atau memaksa. Pentingnya pesan dengan isi juga

tercermin dari tidak adanya pesan tanpa isi dalam data tersebut, menunjukkan keseriusan dalam menyampaikan informasi atau pesan yang substansial kepada pengikutnya di TikTok. Dengan total 42 caption, analisis ini memberikan gambaran yang cukup representatif tentang kecenderungan komunikasi politik Ganjar Pranowo melalui platform TikTok dalam periode tertentu.

## **KESIMPULAN**

Berangkat dari pemahaman bahwa produksi, pemilihan, dan distribusi gambar visual dapat membentuk citra politik, artikel ini menganalisis penggunaan media sosial TikTok dalam politik citra Ganjar Pranowo. Pusat pembahasan dalam artikel ini adalah makna pesan untuk video konten terpilih di akun TikTok @ganjarpranowofc. Analisis makna pesan dilakukan melalui analisis semiotik terhadap visualisasi video, teks pada video, keterangan video, dan tampilan lagu.

Konten video yang diunggah ke akun TikTok @ganjarpranowofc merupakan salah satu strategi untuk membentuk citra politik Ganjar Pranowo. Pesan-pesan dalam video dikemas sedemikian rupa untuk menunjukkan daya tarik Ganjar Pranowo yang dekat dengan rakyat, bekerja dengan sungguh-sungguh, seimbang antara kehidupan dunia dengan spiritualitas, menunjukkan empati sosial, bersahabat dengan isu keberagaman-anak-perempuan, dan responsif terhadap isu-isu terkini. Video yang diunggah juga menunjukkan gambaran Ganjar Pranowo yang menikmati pekerjaannya sebagai gubernur yang melayani masyarakat.

Gambar visual dalam konten video dapat memberikan makna yang berbeda kepada penontonnya. Penonton menginterpretasikan kinerja Ganjar Pranowo sebagai seorang komunikator politik yang bekerja, tampil apa adanya dan tidak dibuat-buat (spontan), terkini, pandai bercanda, dan terbuka. Ganjar Pranowo membuat pengikutnya merasa nyaman dan tidak takut untuk merespons dan berinteraksi melalui kolom komentar. Hal-hal yang menyebabkan perbedaan makna oleh penonton tidak dibahas dalam artikel ini, sehingga penelitian lebih lanjut diperlukan.

Melalui kuantifikasi konten video TikTok @ganjarpranowofc dari Oktober 2023, ditemukan bahwa mayoritas dari 42 video yang dianalisis bersifat informatif (80%), menekankan pendekatan untuk menyampaikan informasi secara jelas dan faktual. Sebanyak 20% dari video tersebut bersifat persuasif, mengindikasikan upaya Ganjar Pranowo untuk memengaruhi opini dan sikap pengikutnya melalui pesan yang bersifat mendalam dan persuasif.

Dalam konteks ini, tidak ditemukan pesan koersif, menandakan kecenderungan Ganjar Pranowo untuk menghindari pendekatan yang terlalu dominan atau memaksa dalam komunikasinya. Kekuatan utama dalam komunikasi politiknya melalui TikTok terletak pada penggunaan pesan informatif yang mendalam, memberikan pengikutnya pemahaman yang lebih baik tentang peran dan pandangan politik Ganjar Pranowo. Kesimpulan ini memberikan wawasan yang bernilai terkait dengan strategi komunikasi politiknya di era media sosial, menggambarkan pendekatan yang berimbang antara penyampaian informasi dan upaya persuasif.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Alam, S. (2021). Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Politik. *Avant Garde*, 9(1), 68-78.

- Barthes, R. (2007). *Membedah Mitos-Mitos Budaya Massa: Semiotika Atau Sosiologi Tanda, Simbol dan Representasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Elfinaro, A. (2004). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Febriansyah & Muksin, N.N. (2020). Fenomena Media Sosial: Antara Hoax, Destruksi Demokrasi, dan Ancaman Disintegrasi Bangsa. *Sebatik*, 24(2), 193-200.
- Goffman, E. (1956). *The Presentation of Self in Everyday Life*. University of Edinburgh Social Sciences Research Centre.
- Heryanto, G.G & Zarkasy, I. (2012). *Public Relations Politik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hunt, K. J. (2015). Political storytelling and the land of make-believe. *Huffington Post*. [Online] Available at: [http://www.huffingtonpost.co.uk/kevin-j-hunt/politicalstorytelling\\_b\\_6895174.html](http://www.huffingtonpost.co.uk/kevin-j-hunt/politicalstorytelling_b_6895174.html)
- Iqbal, M. (2021). Digital Storytelling Marketing Politik di Instagram: Analisis Isi Kualitatif Akun Instagram@Ridwankamil pada Pilkada Jabar 2018. *Dinamika Komunikasi & Kearifan Lokal*, 241-252.
- Jalli, N (2022, April 1). TikTok adalah Alat Baru Politikus untuk Memenangkan Pemilu di Asia Tenggara. [Online] Available at: <https://theconversation.com/tiktok-adalah-alat-baru-politikus-untuk-memenangkan-pemilu-di-asia-tenggara-179952>
- Kepios. (2022, May 22). TikTok Statistics and Trends: Page Update 12 May 2022. [Online] Available at: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>.
- Kompas. (2022). Saling Salip Elektabilitas Ganjar, Prabowo, dan Anies Menuju Pilpres 2024. [Online] Available at: <https://nasional.kompas.com/read/2022/07/15/17355371/saling-salip-elektabilitas-ganjar-prabowo-dan-anies-menuju-pilpres-2024?page=all#page2>
- Lasswell, H.D (1927). The Theory of Political Propaganda. *The American Political Science Review*, 21(3), 627-631.
- Liebhart, K & Bernhardt. (2017). Political Storytelling on Instagram: Key Aspects of Alexander Van der Bellen's Successful 2016 Presidential Election Campaign. *Social Science Open Access Repository. Media And Communications*,15-25. [Online] Available at: <https://doi.org/10.17645/mac.v5i4.1062>
- McNair, B. (2011). *Introduction Political Communication*. London: Routledge.
- Nimmno, (2010). *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Putra, D,K.S. (2015). *Komunikasi CSR Politik*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Riyanto, T.V., Priowidodo, G., & Aritonang, A.I. (2021). Strategi Impression Management Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo selama Penanganan COVID-19 melalui Akun Twitter @Ganjarpranowo. *Jurnal E-Komunikasi*, 9(2), 1-12.
- Sobur, Alex. (2006). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.