

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media dan teknologi kini melesat pesat, hal tersebut ter-*indikasi* dengan adanya internet yang kemudian memunculkan *new media* dan membentuk media sosial. Hadirnya media sosial menjadi alat komunikasi politik yang populer, memungkinkan para aktor politik untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dan membangun hubungan yang lebih personal dengan publik serta meningkatkan kepercayaan dan citra diri di mata publik. Hal tersebut sesuai dengan yang disampaikan oleh Fitri et al., (2021) bahwa konten-konten yang disajikan di *smartphone* dapat merubah pola pikir seseorang. Menurut Gusti (2023) segala sesuatu yang berhubungan dengan *brand* diri sendiri disebut dengan *personal branding*.

Instagram merupakan satu diantara banyak *platform* yang paling banyak digunakan. Laporan dari *We are Social – Hootsuite* pada tahun 2023 bahwa *platform* yang paling sering diakses oleh masyarakat Indonesia adalah Instagram, mencapai angka 86,5 % dari seluruh total penduduk Indonesia. Ganjar Pranowo menjadi salah satu aktor politik Indonesia yang aktif bermedia sosial. *User* Instagram @ganjar.pranowo merupakan akun resmi dari Ganjar Pranowo, Mantan Gubernur Jawa Tengah tersebut telah memiliki 6,6 JT *followers* per tanggal 20 Februari 2024, dan hingga saat ini telah memiliki 7.977 postingan baik dalam bentuk foto ataupun video.

Ganjar Pranowo menjadi begitu disorot oleh *netizen* setelah menyatakan siap untuk menjadi calon presiden pada pemilu 2024 yang lalu. Pemilihan Umum (Pemilu) adalah wadah bagi seluruh masyarakat untuk mewakili kedaulatannya sebagaimana tercantum dalam pembukaan UUD 1945 (Muzaffarsyah et al., 2022). Berdasarkan rilis dari Detijabar.com bahwa Ganjar Pranowo dalam pilpres kali ini diusung oleh PDI Perjuangan yang diumumkan secara resmi pada 21 April oleh ketua umum partai tersebut, Megawati Soekarno Putri.

Berdasarkan peraturan Komisi Pemilihan Umum (KPU) Nomor 15 Tahun 2023, masa kampanye untuk pasangan calon presiden dan wakil presiden, serta kampanye di media sosial, akan berlangsung selama 75 hari. Kampanye dimulai pada hari Selasa, 24 November 2023 dan berakhir pada hari Sabtu, 10 Februari 2024. Dalam masa tersebut Ganjar Pranowo memanfaatkan akun Instagram miliknya untuk mengunggah berbagai kegiatan kampanye, menyampaikan serta memperkenalkan visi dan misi serta program yang usung pada kontentasi politik tahun 2024 tersebut.

Pada akun instagram-nya, @ganjar_pranowo dalam sehari biasanya meng-*upload* sekitar 3-6 postingan, yang mana postingan tersebut menunjukkan potret dirinya ketika sedang berinteraksi dengan masyarakat. Tak hanya itu Ganjar pada akun instagram nya juga mencoba menunjukkan karakteristik unik dalam bermedia sosial yang membuatnya beda dari politisi lain. Hal ini terlihat dari kalimat pada *bio* instagram miliknya, "*Tuanku ya Rakyat, Jabatan Cuma Mandat.*"

Agresifnya Ganjar dalam mem-*branding* dirinya melalui media sosial khususnya Instagram bisa terlihat secara jelas karena sejak menjadi gubernur Jawa

Tengah, dia telah mengunggah banyak postingan yang berfokus pada kesuksesannya didalam memimpin provinsi tersebut. Mulai dari menampung aspirasi dan keluhan masyarakat Jawa Tengah dan secara langsung membalas aduan tersebut (Rahmah, 2021), hingga menyediakan ruang promosi yang berfokus pada *branding* UMKM lokal Jawa Tengah, hal tersebut terlihat dari 85 *highlight* instagramnya yang diberi nama #lapak_ganjar, yang mana *highlight* history tersebut berisi UMKM yang ada di Jawa Tengah yang bergerak dalam bidang, konveksi, kerajinan, makanan hingga jasa. Dimana posisi Instagram Ganjar yang memiliki begitu banyak pengikut memungkinkan jangkauan pasar yang lebih luas untuk para pelaku UMKM.

Sejak secara resmi menjadi kandidat calon presiden kegiatan Ganjar Pranowo terlihat lebih dekat dengan masyarakat secara umum tidak hanya masyarakat Jawa Tengah, Ganjar mulai melakukan berbagai kunjungan keseluruhan wilayah Indonesia dari kota hingga ke pelosok- pelosok desa. “Blusukan” dengan bertemu dan turun langsung ke sawah ke pasar untuk bertemu dengan para petani, para pedagang, hingga nelayan, mendengarkan keluh kesah mereka hingga mencoba memberikan harapan kepada para disabilitas, difabel bahwa mereka akan mendapatkan kesetaraan dalam bidang pendidikan, pekerjaan sama halnya dengan orang normal pada umumnya. Kegiatan blusukan yang dilakukan ganjar mendapat respon positif dari masyarakat, hal tersebut berdasarkan hasil suvey dari Lembaga Indonesia Political Expert (IPE) yang di rilis oleh Tribun News pada 6 Januari 2024, bahwa *elektabilitas* pasangan Ganjar – Mahfud unggul jika dibandingkan pasangannya lain, berada di angka 33,57 persen.

Selain membangun kedekatan dengan masyarakat, Ganjar dalam postingannya juga kerap membagi keharmonisan bersama keluarganya, anak dan sang istri misalnya terlihat pada postingan akun instagramnya pada tanggal 21 desember yang bertepatan dengan perayaan hari ibu, postingan itu menunjukkan tentang Ganjar yang memberikan hadiah bunga kepada sang istri ditambah dengan *caption* romantis sehingga memungkinkan banyak komentar positif dari para *netizen*.

Selain itu, Ganjar pada postingannya juga mencoba membangun kedekatan dengan para tokoh agama, kyai, ustadz, habaib tak ketinggalan Ganjar juga kerap mengunjungi para biksu, biarawati, hingga pendeta, mencoba menggaungkan nilai-nilai toleransi yang tinggi yang ada pada dirinya. Selain itu dalam beberapa postingannya Ganjar juga memposting ucapan selamat pada perayaan hari raya dari beberapa agama resmi di Indonesia.

Menariknya lagi, *outfit* yang digunakan oleh nya selalu berbeda dari calon capres lain, padu padan yang selalu sesuai dan terlihat keren dengan *varsity*, *bomber* hingga sepatu *sneakers* dan kacamata hitam pada saat debat hingga proses kampanye membuat Ganjar banyak di sorot khalayak luas, dan yang lebih membanggakan bahwa *wardrobe* yang biasa digunakan didominasi oleh produk lokal UMKM anak bangsa.

Pada setiap konten yang ditampilkan oleh Ganjar Pranowo, ada keterangan foto (*caption*) yang menggunakan gaya bahasa yang beragam, mulai dari formal, semi-formal, hingga non-formal dan menggunakan bahasa yang umum digunakan. Tidak diragukan lagi, konten yang diunggah di Instagram memiliki berbagai tujuan,

salah satunya adalah untuk mem-*branding* dirinya kepada khalayak ramai dan menciptakan citra yang positif. Dengan demikian, konten Instagram @ganjar_pranowo, yang dinilai sebagai konten pejabat, tidak terlalu kaku atau terlalu rumit, dan bahkan cenderung menggunakan bahasa sehari-hari yang mudah dipahami oleh masyarakat serta dapat menarik simpati masyarakat luas terhadap konten yang disajikan.

Selama periode 28 November 2023 hingga 11 Februari 2024 masa kampanye politik calon presiden Ganjar Pranowo pada akun instagramnya telah mengunggah 328 konten baik dalam bentuk foto maupun video. Konten-konten yang disajikan tentunya memiliki tujuan untuk meningkatkan *elektabilitas* nya pemilihan presiden tahun 2024. Sehingga peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut bagaimana *personal branding* Ganjar Pranowo dalam membangun komunikasi politik khususnya di Instagram menjelang pilpres pada tahun 2024. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti akan mengangkat judul penelitian **“*Personal branding* Ganjar Pranowo dalam Membangun Komunikasi Politik di Instagram Menjelang Pilpres Tahun 2024”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas yang menjadi rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana *personal branding* yang dilakukan oleh Ganjar Pranowo untuk membangun komunikasi politik melalui unggahan nya di media sosial instagram menjelang Pemilihan Presiden (Pilpres) tahun 2024 ?

1.3 Fokus Penelitian

Mengacu pada penjelasan sebelumnya, maka fokus penelitian ini akan difokuskan pada:

1. Komunikasi politik pada foto postingan Ganjar Pranowo yang berlangsung sejak di tetapkan menjadi calon presiden pada 28 November 2023 – 11 Februari 2024.
2. Media sosial khususnya Instagram sebagai wadah *personal branding* Ganjar Pranowo (@ganjar_pranowo).
3. Isu kampanye politik dalam bentuk foto pada akun *Instagram* pribadi Ganjar Pranowo @ganjar_pranowo sebagai bentuk *personal branding* diri nya.

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah dan fokus penelitian yang telah ditetapkan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *personal branding* yang dilakukan oleh Ganjar Pranowo untuk membangun komunikasi politik melalui unggahan nya di media sosial instagram menjelang Pemilihan Presiden (Pilpres) tahun 2024.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat membantu dan menambah pengetahuan peneliti sendiri tentang konsep *personal branding* di ranah politik yang memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram.
- b. Memperkaya khazanah pengetahuan di Universitas Malikussaleh, khususnya bagi program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan

Ilmu Politik (FISIP), dengan menyediakan referensi tentang strategi *personal branding* dalam komunikasi politik melalui *Instagram*.

1.5.2 Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini dimaksudkan agar menjadi sarana bagi penelit dalam pengaplikasian *personal branding* diterapkan melalui media sosial *Instagram*.
- b. Penelitian ini bertujuan untuk memperkaya pengetahuan para responden tentang berbagai aspek *personal branding*, mulai dari teori hingga penerapannya di *Instagram*.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan inspirasi bagi peneliti lain yang ingin mengkaji *personal branding* di akun *Instagram*.

