

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Profil Ganjar Pranowo

Ganjar Sungkowo atau Ganjar Pranowo dilahirkan dari pasangan H. S. Pamudji Pramudi Wiryo dan Sri Suparmi, 28 Oktober 1968, di Karanganyar, Jawa Tengah. Pamudji, ayah Ganjar Pranowo, adalah anggota Polri yang pernah menjabat sebagai Kapolsek Kutoarjo. Salah satu penugasan Pamudji yakni turut serta dalam operasi penumpasan PRRI/Permesta. Perpindahan tugas sang ayah ke Kutoarjo, terjadi saat Ganjar Pranowo memasuki usia SMP pada tahun 1981. Pamudji kemudian pensiun pada tahun 1987 atau menjelang Ganjar Pranowo lulus SMA. Setelah sang ayah purnatugas dari dinas Polri, Sri Suparmi (ibunya) membuka warung kelontong. Ganjar Pranowo sendiri pernah berjualan bensin untuk membantu kehidupan keluarga.

Ganjar Pranowo pada mulanya bernama Ganjar Sungkowo, yang berarti ganjaran dari kesedihan, duka cita, dan kesusahan. Diksi "Sungkowo", dalam Bahasa Indonesia ditulis "sungkawa", sebagaimana biasa diucapkan terhadap kerabat atau keluarga orang yang meninggal dunia, seperti "turut berbelasungkawa". Dengan mengikuti tradisi yang berlaku di kerajaan Mataram di masa lalu, maka lazim bila seseorang digantikan namanya pada saat menjelang usia tertentu. Kadangkala pergantian nama tersebut dilakukan karena dipercayai nama tersebut terlalu "berat" untuk sang anak, sering sakit-sakitan, dan

sebagainya. Dengan kepercayaan seperti itu, maka ketika memasuki usia sekolah, orang tuanya bersepakat mengganti nama Sungkowo dengan Pranowo. Pergantian itu dilakukan karena orang tuanya kuatir jika anak kelima tersebut, selalu mendekam dalam kesialan, kesedihan, dan kesusahan bila memakai nama Sungkowo. Pranowo sendiri tidak memiliki arti khusus selain sebagai nama urutan dirinya sebagai anak kelima.

Ganjar Pranowo menikah dengan Siti Atikah Supriyanti, putri tokoh Nahdlatul Ulama dari Purbalingga, Jawa Tengah pada tahun 1999. Pasangan ini dikarunia putra bernama Muhammad Zinedine Alam Ganjar, lahir pada tahun 2003. Ganjar Pranowo dan Siti Atikah sama-sama penggemar olahraga, seperti lari *marathon* dan bersepeda. Selain kegemaran berolahraga, Ganjar Pranowo suka mendengarkan musik *rock* dari Dream Theater, Metallica, dan Led Zeppelin untuk menghilangkan penat.

Pendidikan Ganjar Pranowo dimulai di SDN 1 Kutoarjo (lulus tahun 1981), kemudian memasuki SMPN 1 Kutoarjo (lulus tahun 1984), dan dilanjutkan pada SMA BOPKR II Yogyakarta (lulus tahun 1987). Selama di SD tersebut, Ganjar mendapat kepercayaan menjadi ketua kelas. Selama masa SMA, Ganjar aktif dalam aktivitas Pramuka hingga menjadi Dewan Ambalan. Dalam Pramuka tingkat Penegak terdapat struktur organisasi yakni sebagai dewan ambalan. Dewan Ambalan Penegak memiliki tugas dan tujuan untuk memajemen program kegiatan latihan yang terlaksana dengan rutin.

Ganjar Pranowo memulai pendidikan tinggi di Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada (UGM), salah satu jurusan favorit di kampus tersebut. Selama masa

mahasiswa, Ganjar Pranowo bergabung dalam organisasi ekstra kampus yakni Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia (GMNI). Ia juga pernah melakukan giat demonstrasi, salah satunya ditujukan pada Rektor UGM Prof. Dr. H. Koesnadi Hardjasoemantri, S.H., L.L.M., periode jabatan 1986 - 1990.

Ketertarikan pada dunia politik muncul setelah bertemu mendiang Prof. Dr. Cornelis Lay, M.A, Guru besar Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Gadjah Mada (Fisipol UGM) yang juga merangkap sebagai politisi senior Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) dan penasehat politik Megawati Soekarnoputri.

Setelah menerima tawaran dari Cornelius Lay, Ganjar Pranowo bergabung ke PDIP dan menjadi anggota dewan selama dua periode yakni 2004 - 2009 dan 2009 - 2013. Ganjar Pranowo mendapat perolehan suara sebanyak 32.482. Sebenarnya pada 2004 tersebut, Ganjar Pranowo gagal terpilih menjadi anggota DPR. Ia menjadi anggota DPR sebagai pengganti antar waktu (PAW), menggantikan rekannya sesama anggota PDIP. Kolega yang digantikannya yakni Jakob Tobing dari daerah pemilihan VII Jawa Tengah. Pada 2009, masih di daerah pemilihan VII, Ganjar mendapatkan suara lebih banyak daripada tahun 2004 yakni 65.864. Karir politiknya semakin meningkat, hingga kemudian menjadi Gubernur Jawa Tengah.

Kasus Bank Century menjadi salah satu perhatian politiknya. Bersama dengan anggota dewan lainnya dalam Pansus Century, ia menggunakan hak angket dalam penyelidikan terhadap kebijakan pemerintah terkait bank tersebut. Keterlibatannya sebagai anggota Panitia Khusus Hak Angket Bank Century

membuatnya ia dikenal publik. Ganjar Pranowo menjabat Wakil Ketua Komisi II DPR RI, saat turut serta dalam hak angket tersebut.

Ganjar Pranowo terpilih sebagai ketua umum KAGAMA (Keluarga Alumni Universitas Gadjah Mada) periode 2014 - 2019 menggantikan Sri Sultan Hamengkubuwono X. Ia terpilih setelah dilakukan upaya musyawarah mufakat dengan Sri Sultan Hamengkubuwono X (Ketua Umum KAGAMA periode 2009 - 2014), Usman Rianse (Pengda KAGAMA Sulawesi Tenggara) serta Budi Karya Sumadi (Ketua Pengda KAGAMA DKI Jakarta). Ketiganya merupakan calon ketua umum. Acara pemilihan ketua umum KAGAMA dilaksanakan di Hotel Grand Clarion, Kendari, Sulawesi Tenggara, Sabtu, 8 November 2014.

Karirnya politiknya berlanjut setelah menjabat sebagai anggota DPR dengan menjadi calon gubernur dalam Pemilihan Umum Gubernur (Pilgub) Jawa Tengah pada 2013. Ia berpasangan dengan Heru Sudjatmoko yang diusung PDIP. Dengan perolehan suara total mencapai 48,82%, pasangan Ganjar-Heru menjadi pemenang. Ganjar Pranowo dilantik sebagai gubernur periode 2013 - 2018 oleh Menteri Dalam Negeri Gamawan Fauzi di DPRD Jawa Tengah.

Ganjar Pranowo kembali terpilih sebagai gubernur periode kedua 2018 - 2023 dengan persentase kemenangan melebihi periode pertama, yaitu 58,78%. Berbeda dengan Pilgub yang pertama dengan kekuatan tunggal pada PDIP, di Pilgub kedua Ganjar Pranowo berganti pasangan wakil dari partai berbeda. Ganjar berpasangan dengan Taj Yasin Maimoen, anggota DPRD Jawa Tengah periode 2014 -2019 dari Fraksi PPP. Sosok wakil ini dari Daerah Pemilihan Jawa Tengah 3 yang meliputi Kabupaten Pati, Rembang, Grobogan, dan Blora.

Ganjar Pranowo melakukan reformasi birokrasi selama menjabat Gubernur Jawa Tengah, dengan melakukan pembenahan kelembagaan, sumber daya manusia, dan anggaran. Tindakan pembenahan tersebut dilakukan untuk memangkas alur birokrasi yang rumit, berbelit, dan menyulitkan masyarakat. Setahun setelah menjabat Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Pranowo melakukan inspeksi mendadak (sidak) di jembatan timbang Subah, Kabupaten Batang, 27 April 2014. Sidak dilakukan terhadap petugas Dishub yang melakukan praktik pungutan liar. Ganjar Pranowo melihat langsung praktik pungli terhadap para supir truk. Kernet memberikan uang yang lebih rendah jumlahnya daripada denda resmi tertinggi sebesar 60.000 rupiah kepada petugas.

Akibat kasus pungli itu, jembatan timbang ditutup pada bulan berikutnya, Mei 2014. Kebijakan penutupan ini, kelihatannya terburu-buru dan tidak melalui pertimbangan mendalam. Hingga kemudian dalam catatan Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) atas laporan keuangan Jawa Tengah 2014 justru menyebabkan provinsi itu kehilangan pendapatan sebesar 10,118 miliar rupiah. Ditengarai sebelum dilakukan kebijakan penutupan jembatan timbang, sebenarnya tidak dilakukan kajian dan evaluasi tugas dan *profiling* fungsi para pegawai/petugas di masing-masing jembatan timbang. Ganjar Pranowo saat itu hanya dianggap melakukan pencitraan saja, sebagaimana yang dikatakan Alwin Basri, Ketua Komisi D DPRD Jawa Tengah.

Setahun kemudian pada 2015, terjadi kasus baru berkaitan dengan kasus sengketa PT Semen Indonesia dengan warga Kendeng, Kabupaten Rembang. Sejak 2015, upaya penolakan dilakukan warga Kendeng terhadap pembangunan

pabrik semen di Pegunungan Kendeng. Warga menempuh jalur hukum dan melakukan unjuk rasa. Aksi mereka dilakukan dengan pendirian tenda di lokasi proyek hingga melakukan *long march* sepanjang 150 km ke Semarang. Aksi simbolik dengan cara menyemen kaki di depan Istana Negara, Jakarta, juga dilakukan untuk menarik perhatian Presiden Joko Widodo. Ganjar Pranowo dianggap kurang memperhatikan aspirasi masyarakat Rembang. Ganjar Pranowo kemudian mengeluarkan "adendum" atau SK baru dengan mengubah nama PT Semen Gresik (Persero), Tbk menjadi PT Semen Indonesia, pada 9 November 2016.

Ganjar Pranowo dan Presiden Joko Widodo (Jokowi) berbeda sikap dalam kasus yang dialami Warga Kendeng. Ganjar Pranowo menyatakan bersedia mengeluarkan kebijakan untuk menghentikan pabrik PT Semen Indonesia di Rembang asalkan disetujui pemerintah pusat. Sebaliknya, Presiden Jokowi mengatakan penyelesaian persoalan pabrik tersebut menjadi tanggung jawab pemerintah provinsi. Presiden Jokowi menyatakan pemerintah pusat tidak memiliki kewenangan dalam penerbitan izin untuk pabrik semen milik BUMN.

Di masa Pandemi Covid-19 di Jawa Tengah, Ganjar Pranowo mengatakan akan menyiapkan Tempat Makam Pahlawan terhadap tenaga medis yang meninggal dunia. Pernyataan Ganjar tersebut sebagai respons terhadap kasus penolakan warga terhadap pemakaman jenazah perawat RS dr Kariadi Semarang yang meninggal karena virus corona. Pernyataannya tentang menyiapkan TMP tersebut menuai kritik masyarakat karena dinilai lebih membicarakan tentang

penguburan dan lokasi pemakaman daripada memperhatikan ketersediaan APD sebagai perlindungan tenaga medis.

Beberapa kebijakan Ganjar Pranowo dianggap memberi manfaat langsung ke masyarakat. Kebijakan tersebut antara lain: Program 5Ng (JateNG GayeNG NgingceNG woNG meteNG; kredit pembiayaan dari Bank Jateng untuk UMKM; pengendalian atas pemberian gratifikasi terhadap gubernur maupun pejabat Pemprov Jateng; imbauan berzakat terhadap seluruh aparatur sipil negara (ASN) yang berjumlah lebih dari 40 ribu di Pemprov Jateng; penancangan program pembentukan Desa Tangguh Bencana pada 2016; pembentukan 100 Desa Berdikari; pembangunan RS modern bertaraf internasional di MAJT (Masjid Agung Jawa Tengah); dan pembuatan Kartu Tani.

Ganjar Pranowo pernah menerima penghargaan antara lain Satyalancana Pembangunan (2014), Bintang Jasa Utama (2015), dan Satyalancana Karya Bhakti Praja Nugraha (2015).

2. Manajemen Media Sosial TikTok Ganjar Pranowo

Berdasarkan hasil penggalan data saat penelitian, pengelolaan media komunikasi (termasuk di dalamnya media sosial) untuk citra politik Ganjar Pranowo, dilakukan oleh beberapa tim, yaitu tim yang berbasis di Jawa Tengah (yang fokus kepada citra sebagai Gubernur) dan tim yang berbasis di Jakarta (yang fokus kepada citra sebagai politisi nasional untuk persiapan Pemilihan Presiden 2024).

Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Novian & Raharjo (2020), terdapat tiga tim pengelola citra yang berada di Kantor Gubernur Jawa Tengah. Tim tersebut antara lain Tim Puri Gedeh, Tim Situation Room, dan Bagian Humas dan Protokol. Ketiga tim tersebut saling berkolaborasi untuk pengelolaan citra Gubernur Ganjar Pranowo. Tim Situation Room dan Bagian Humas merupakan unsur organik (PNS) dari Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. Sedangkan Tim Puri Gedeh adalah tim pribadi Ganjar Pranowo saat kampanye pemilihan kepala daerah Jawa Tengah tahun 2013.

Akun media sosial official yang dikelola untuk citra gubernur antara lain Instagram dengan nama akun @ganjar_pranowo, Twitter dengan akun @ganjarpranowo, Facebook dengan akun Ganjar Pranowo, dan YouTube dengan akun Ganjar Pranowo. Sedangkan akun TikTok @ganjarpranowofc bukanlah akun *official* dari Ganjar Pranowo, tetapi akun yang dibuat oleh *fans* Ganjar Pranowo. Hal ini berdasarkan pernyataan Ganjar Pranowo sendiri saat wawancara pada tanggal 10 Agustus 2022, sebagai berikut:

“Saya tidak punya akun TikTok. Kata FC pada @ganjarpranowofc itu mungkin maksudnya *fans club*. Medsos saya mulai dari Facebook kemudian Twitter, Instagram dan terakhir YouTube. Konten itu bukan saya yang buat, itulah kenapa namanya FC. Mungkin orang itu mengidolakan saya, dan dia banyak mengambil gambar-gambar dari medsos saya.” (Ganjar Pranowo, 2022).

Namun, pada pemberitaan media massa tanggal 25 Januari 2022 di www.jateng.suara.com, disebutkan bahwa Ganjar Pranowo mengunggah sendiri sebuah video yang menunjukkan dirinya sebagai Peter Parker, tokoh dalam film Spider Man. Berikut kutipan dari pemberitaan tersebut:

“Video yang diunggah ganjar itu pun menarik perhatian warganet. Ganjar sendiri mengunggah video itu di akun media sosial TikTok @ganjarpranowofc. Ganjar sendiri tak mengerti siapa yang membuat video itu. Ia mencari sang pembuat video dengan mengunggah di TikTok. “*Dapat kiriman video ini, tapi enggak tau siapa yang buat, tolong tag akunnya, mau ngucapin terima kasih,*” tulis ganjar di akun TikTok yang dikutip pada Selasa (25/1/2022)”. (www.jateng.suara.com, 2022).

Meskipun demikian, video konten yang diunggah pada akun @ganjarpranowofc tampak dihasilkan dari hasil kerja dokumentasi sebuah tim yang mengikuti aktivitas harian Ganjar Pranowo sebagai gubernur maupun sebagai pribadi/warga sipil.

Peranan Biro Humas dan Tim Situation Room adalah untuk memberitakan kegiatan-kegiatan protokoler Gubernur, sedangkan Tim Puri Gedeh berperan untuk mengemas citra Ganjar Pranowo baik sebagai Gubernur dan Pribadi dalam kemasan yang lebih disukai publik dalam berbagai saluran komunikasi (website, medis sosial, pemberitaan di media massa). Pembuatan akun dengan nama pribadi Ganjar Pranowo (bukan nama institusi pemerintahan) memang sengaja dilakukan karena publik lebih tertarik dengan persona yang ditampilkan oleh sosok Ganjar Pranowo.

“Kalau humas, saya akan terikat dengan pekerjaan saya sebagai Gubernur. Kalau akun pribadi saya sendiri, ya, tidak terikat. Kalau pagi saya menyapa rakyat, yang orang bilang sebagai pencitraan, ya saya sekedar ingin tampilkan itu saja, sebagai pribadi yang apa adanya.” (Ganjar Pranowo, 2022).

“Jadi sebenarnya kalau dilihat dalam konteks humas atau bukan, ternyata saya lebih menarik menurut mereka (audiens-red). Kalau saya menarik, maka dalam ilmu komunikasi, saya akan menjadi komunikator, *by myself*. Maka humas kemudian saya dorong agar membuat kemasan yang menarik. Kalau humas mau bikin yang menarik, harus melihat sudut-sudut yang lain. Misalnya, saat meliput saya jangan *shooting* saat saya pidato di podium, tapi

seluruh foto harus *candid*. Jagoan-jagoan foto saya ini... (menunjuk beberapa orang-red), mereka bukan humas, tapi swasta. Saya *hire* di sini karena dia hasil fotonya hebat. atau yang nulis itu dulu wartawan, wawancarain saya terus, akhirnya ikut saya sebagai profesional dengan kualitas tulisan yang bagus. Kalau jelek ya pecat. Jadi kita tuh punya TIM REDAKSI. Jadi kalau ditangkap bahwa anak muda lagi suka begini, ya, saya lakukan begini.” (Ganjar Pranowo, 2022)

Tim yang berbasis di Jakarta dibentuk pada bulan November 2021, dengan tujuan untuk meningkatkan popularitas Ganjar Pranowo secara nasional dalam rangka persiapan menghadapi bursa pemilihan presiden tahun 2024. Tim media ini dikenal dengan sebutan TIM UDARA yang bekerja khusus mengelola citra politik Ganjar Pranowo melalui media massa dan media sosial. Dalam melakukan pekerjaannya, Tim Udara dibantu oleh Tim Darat yang bertugas sebagai pengumpul data dan termasuk tim yang mengedukasi audiens secara langsung *door-to-door*.

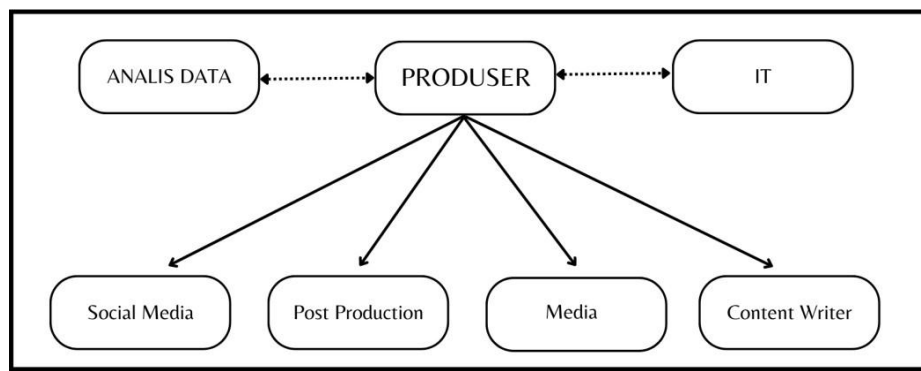
Tim Udara terdiri dari para profesional di bidang media, mantan jurnalis, peretas (*hacker*), ahli analisis data digital, dan *content writer*. Mereka direkrut dengan pendekatan personal berdasarkan referensi orang-orang terpercaya, dan dikelola oleh sebuah perusahaan yang disebut sebagai “*holding*” (nama dirahasiakan).

“Tim media ini, kami menyebut Tim Udara, bukan hanya medsos saja, tetapi ada proses di dalamnya. Tim ini baru mulai November 2021, dan mulai posting di media sosial bulan Desember 2021, dan saat itu masih *trial-error*. Untuk tim semua organik, *professional hire*. Kami mencari orang pun tidak gampang, karena kami *gak* bisa *open recruitment*. Semua anggota tim ini sifatnya *by reference* (referensi). Saat rekrutmen kita lihat perspektif calon anggota. Kita membahas wawasan, pilihan politik, dll. Karena mereka akan terlibat dengan dalamnya politik.” (RP-Tim Udara, 2022).

Struktur kerja pengelolaan citra yang dilakukan oleh Tim Udara dapat dilihat pada Gambar 4.1, dengan rincian sebagai berikut :

- 1) Produser bertanggung jawab atas seluruh pengelolaan isu dan konten yang diproduksi. Produser menerima input dari Analis Data berupa isu-isu yang sedang populer, atau isu yang muncul untuk ditanggapi sebagai kontra opini oleh tim produser.
- 2) Tim IT dan Networking adalah tim pendukung untuk memastikan seluruh akun dan perlengkapan penunjang produksi dapat berjalan dengan baik. Misalnya penyediaan laptop, kamera, dan perangkat lunak. Tim IT berada di *holding company*.
- 3) Analis data: bertugas menganalisa isu, peristiwa, kecenderungan kesukaan dari audiens, dan sebagainya. Data-data yang diperoleh kemudian dilakukan analisa dan diberikan berupa rekomendasi kepada Produser sebagai bahan pertimbangan pengelolaan isu.
- 4) Tim redaksi adalah tim yang di lapangan mengumpulkan bahan dan berita. Tim redaksi inilah yang mengikuti aktivitas harian Ganjar Pranowo, mengumpulkan bahan dan melaporkan ke produser Tim Udara.
- 5) Tim *post-production* terdiri dari editor, grafis, *motion*, dan *copy writer*. Tim ini yang mengolah bahan dari tim redaksi, sebelum diunggah ke media yang dipilih. Hasil dari tim *post-production* kemudian dilakukan *quality control* (QC) oleh Produser. Apabila konten tersebut sudah lolos QC, kemudian Produser menyerahkan kepada Tim Social Media untuk diunggah pada media sosial yang sesuai dengan karakteristiknya.

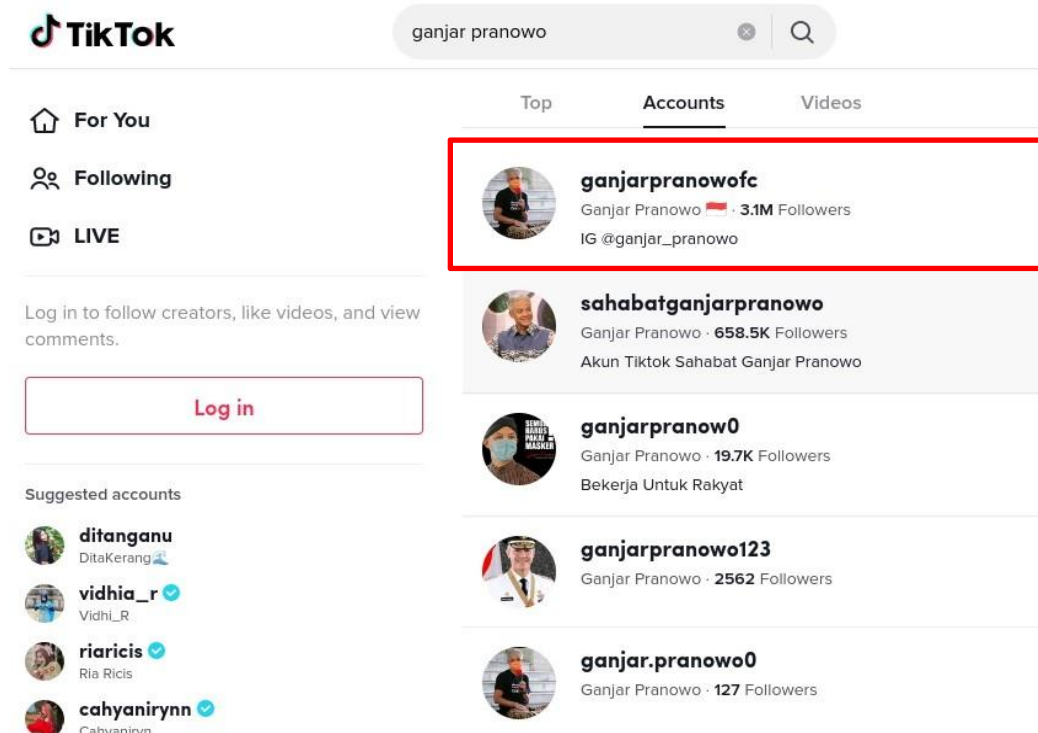
- 6) Tim Social Media mengunggah konten yang telah lolos QC dari Produser ke akun sosial media yang terpilih.
- 7) Tim media bekerja untuk membuat rilis berdasarkan fakta-fakta lapangan dan laporan aktivitas Ganjar Pranowo, untuk diserahkan kepada media massa.
- 8) Tim content writer bertugas membuat tulisan atau narasi penunjang konten yang akan diunggah.



Sumber: Data primer penelitian (2022)

Gambar 4.1 Alur Manajemen Media Sosial Ganjar Pranowo

Berdasarkan observasi yang dilakukan pada media sosial TikTok dengan memasukkan kata kunci “Ganjar Pranowo”, terdapat akun TikTok @ganjarpranowofc yang muncul sebagai rekomendasi teratas. Akun TikTok @ganjarpranowofc pertama kali aktif dan mengunggah konten video pada 27 Januari 2020, menampilkan Ganjar Pranowo berjoget bersama sekelompok orang di Tokopedia. Saat penelitian dilakukan, akun TikTok @ganjarpranowofc mencatat 3 juta *followers*, mengunggah 944 video, dan mengumpulkan 56,4 juta *likes*.



Sumber: <https://www.tiktok.com/search/user?q=ganjar%20pranowo&t=1660608174402>

Gambar 4.2 Pencarian Ganjar Pranowo pada TikTok

Sedangkan akun TikTok yang dikelola oleh Tim Udara adalah @ganjarku_ dan @ganjarpedia. Akun TikTok @ganjarku_ dirilis pada 8 Desember 2021, telah mengumpulkan 19 ribu *followers* dan 251,1 ribu *likes*, serta terhubung dengan akun Instagram @ganjar_ku. Sementara itu, akun TikTok @ganjarpedia yang dirilis pada 16 Desember 2021 telah mengumpulkan 5.338 *followers* dan 91,9 ribu *likes* dan terhubung dengan akun Instagram @ganjarpedia.

Berikut ini adalah manajemen pengelolaan citra Ganjar Pranowo pada akun media sosial, khususnya TikTok:

a) Perencanaan

Pada tahap perencanaan, Tim Udara menentukan proposisi nilai (*value proposition*) yang akan diusung dalam citra politik Ganjar Pranowo. Proposisi nilai yang ditampilkan harus berupa keunggulan Ganjar Pranowo dibandingkan dengan aktor politik lainnya. Menurut Tim Udara, Ganjar Pranowo memiliki keunggulan sebagai aktor politik yang fleksibel dan adaptif terhadap lingkungannya. Nilai-nilai yang diangkat adalah citra humanis dan kerja nyata Ganjar Pranowo saat menjadi Gubernur Provinsi Jawa Tengah. Citra humanis ditampilkan dengan membawa nilai “MERECEHKAN POLITIK” sebagai motif pencitraan.

“Komunikasi yang mau dibangun oleh Pak GP adalah "MERECEHKAN POLITIK". Politik yang berat, ingin diringankan dan dibuat mudah dipahami dengan dialog dan obrolan. Tidak ada *setting-an* apapun, baik dari Tim Medsos, Tim Humas, maupun Tim Udara. Kita hanya mengikuti giat yang dilakukan Pak GP, dan mengambil untuk kontennya. Dan, Pak GP juga menyadari bahwa medsos ini bisa dilihat siapa saja, *worldwide*, sehingga citra dirinya sebagai seorang gubernur yang diperlihatkan berbeda dengan waktu menjadi anggota dewan. Sekarang ini lebih halus dan *wise*.” (RP-Tim Udara, 2022).

Tim Udara membuat dua jenis *image branding*, yaitu Ganjarku dan Ganjarpedia. Perbedaan mendasar adalah citra yang ditampilkan. Dalam *image branding* Ganjarku, ditampilkan sisi humanis Ganjar Pranowo dan tampilan aktivitasnya dengan kemasan yang lebih ringan. *Image branding* Ganjarpedia adalah ingin menampilkan rekam jejak, sejarah, dan aktivitas Ganjar Pranowo sebagai kepala daerah, yang dibuat seperti katalog informasi di Wikipedia. Kedua *image branding* tersebut kemudian dituangkan ke berbagai akun media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, Youtube, dan Snackvideo.

Tim Udara kemudian menyusun segmentasi, target, dan penentuan posisi citra Ganjar Pranowo di media sosial. Segmentasi dilakukan untuk memetakan audiens sesuai dengan kelompok karakteristiknya. Konten yang disusun disesuaikan dengan jenis media sosial yang dipilih, karena setiap media sosial memiliki karakteristiknya yang khas.

Khusus pada akun TikTok, impresi yang hendak ditanamkan kepada audiens adalah sosok Ganjar Pranowo sebagai gubernur yang bekerja nyata, akrab dan merakyat, humanis, serta *up to date* dengan hal-hal baru. Durasi video konten dibuat sesingkat mungkin dengan diiringi musik yang sedang hits dan disukai audiens TikTok. Penggunaan tagar (*hashtag*) juga disesuaikan dengan tema dan memiliki tagar wajib yaitu #ganjarpranowo.

Tim Udara juga melakukan pemilihan kelompok audiens yang sesuai dengan tujuan (*targeting*). Target akun TikTok @ganjarku_ dan @ganjarpedia adalah audiens nasional yang menggunakan TikTok. Keuntungan menggunakan media sosial adalah Tim Udara dapat menentukan target berdasarkan demografi pengguna (lokasi, jenis kelamin, usia), yang disesuaikan dengan pesan/isu yang disampaikan dalam konten video. Misalnya untuk video tentang pemberian beasiswa kepada mahasiswa Papua di Jawa Tengah, Tim Udara akan membuat target audiens di Indonesia bagian timur, khususnya Papua. Seperti yang dinyatakan di bawah ini:

“Kita bisa tahu, demografi *user*-nya di media sosial. Perempuan dan laki-laki sukanya apa? Di wilayah ini orang lagi suka apa? Dan sebagainya. Nah, dengan adanya analisa-analisa itulah TikTok ada. Misalnya konten tentang mahasiswa Papua yang tidak bisa lanjut kuliah dan dikasih beasiswa oleh Pak GP, juga tentang PON Papua. Ini kita langsung fokus *blast* ke area Papua. Viral di sana. Yang

menarik, ini pun bisa saja berubah, karena medsos sifatnya musiman. Kadang kita bikin konten yang bagus... eh... ternyata tidak viral, atau walaupun menjadi viral akan lama, baru seminggu kemudian misalnya. Kadang ada konten yang menurut kita biasa saja, ternyata viral. Nah, hal itu yang *enggak* bisa dibaca oleh kita.” (RP-Tim Udara, 2022).

Setelah mengetahui segmen dan target audiens, Tim Udara perlu melakukan strategi membujuk audiens untuk menyukai citra politik Ganjar Pranowo. Strategi *positioning* ini bertujuan untuk mencari isu, menyusun rekam jejak, menampilkan program, sehingga membentuk citra politik dan reputasi Ganjar Pranowo sebagai politisi paling unggul di benak pemilih. Strategi ini dilakukan dengan menggambarkan Ganjar Pranowo ke segmen yang relevan. Kesan ditanamkan melalui atribut Ganjar Pranowo yang ditampilkan pada video konten. Kesan tersebut akan terekam dalam bentuk citra yang terdapat dalam sistem kognitif pemilih. Dengan itu, pemilih akan mudah mengidentifikasi dan membedakan sosok Ganjar Pranowo dari politisi lain. Sesuatu yang berbeda atau unik dapat membantu pemilih membedakan sosok di benak mereka. Oleh karena itu, Tim Udara membuat dua akun TikTok berbeda: @ganjarku_ dan @ganjarpedia, untuk menciptakan kelompok pendukung yang kuat berdasarkan preferensi mereka. Kedua akun ini juga berbeda dengan akun @ganjarpranowofc yang lebih bersifat lokalitas.

“Akun TikTok @ganjarpranowofc dan akun *official* lainnya yang dikelola langsung oleh Gubernur, itu akan terbatas pada aktivitas sebagai gubernur. Itu resmilah kegiatan dan apa yang dilakukan beliau. Sedangkan di akun @ganjarku_ dan @ganjarpedia dikemas untuk mengambil ceruk suara yang tidak bisa diraih oleh akun @ganjarpranowofc dan akun *official* lainnya. Akun *official* lebih kepada aspek *locality* yang diangkat, Nah untuk mengangkat citra Pak GP secara nasional, maka kami mengemas ini. Menggunakan

Bahasa Indonesia, dan isu-isu nasional, serta ingin memperkenalkan sosok Pak GP yang layak sebagai pemimpin negara ini.

Kita bikin dua akun. Kalau @ganjarku_ mengangkat sepak terjang dan sisi humanis Pak GP dan lebih *lite*. Penamaan “ganjarku” juga untuk membuat audiens bilang "*wah ini Ganjarku... Ganjarku...*" Kalau @ganjarpedia lebih menampilkan rekam jejak, sejarah, semacam Wikipedia. Keduanya dikelola dengan berimbang.

Kenapa dua? Kalau kita hanya fokus pada @ganjarku_ saja, dia kan seperti supermarket, semua tentang Pak GP dimasukkan di situ. Campur-campur. Orang akan bosan dengan isinya. Makanya harus berimbang. Sehingga kita ciptakan nanti akan ada dua versi fansnya, "*oh aku lebih suka ganjarku, karena sepak terjangnya, dsb.*" Lalu akan ada fans yang versi ganjarpedia "*ah aku lebih suka ganjarpedia, lebih kayak media, dsb...*" "*That's people's choice.*" (RP-Tim Udara, 2022).

b) Pengorganisasian

Tujuan utama pengelolaan konten media sosial adalah memperkenalkan sosok Ganjar Pranowo pada khalayak yang lebih luas. Sasaran utamanya adalah para pemuda (sebagaimana demografi pengguna TikTok) khususnya di Jawa Tengah, akan tetapi juga tidak menutup kemungkinan menjangkau kalangan audiens di kelompok usia lain dan wilayah luar Jawa Tengah. Oleh karena itu, video konten yang menggunakan bahasa Jawa diberikan teks video bahasa Indonesia.

Tim inti (produser dan kepala divisi) melakukan rapat harian, mingguan dan bulanan untuk menentukan isu yang akan diangkat dan dikemas, yang biasanya disesuaikan dengan jadwal aktivitas gubernur (aktivitas protokoler). Konten disusun berdasarkan aktivitas gubernur dan isu yang berkembang saat itu. Sedangkan rilis disusun dan diberikan kepada media massa.

“Setiap media sosial memiliki karakteristik yang berbeda. Proses penentuan ini dilakukan dengan rapat rutin (harian-mingguan-

bulanan). Kegiatan GP di Jateng itu terbatas pada kegiatan gubernur. Tim Udara termasuk memberikan konten ke media massa. Kami kasih rilis berisi narasi redaksional, foto dan video. Kalau mau bikin berita sesuai dengan rilis. Tinggal disesuaikan dengan gaya media/institusi mereka. Malam sekitar jam 9 atau 10 baru rilis, itu yang paling cepat. Kalau *enggak*, bisa jam 12 malam.” (RP-Tim Udara, 2022).

Konten yang dibuat oleh Divisi Produksi, kemudian diperiksa kualitasnya (*quality control*) oleh Produser. Setelah konten lolos pemeriksaan kualitas, kemudian diserahkan kepada Divisi Media Sosial. Divisi Media Sosial menentukan *channel* yang akan digunakan untuk mengunggah konten tersebut.

TikTok mengusung konsep *User Generated Content* (UGC), yang berupaya menghadirkan tampilan yang *up-to-date* untuk mendukung proses komunikasi. Akun @ganjarku_ dan @ganjarpedia memiliki tampilan konten yang berbeda dan khas. Akun TikTok @ganjarku_ menampilkan *thumbnail* TikTok dalam warna merah dan putih, dengan judul yang pendek, ringkas, dan menarik penonton untuk mengklik (lihat Gambar 4.3). Akun TikTok @ganjarpedia menampilkan *thumbnail* berwarna biru-emas-putih dengan penggunaan judul yang juga singkat, padat, dan menarik (lihat Gambar 4.4). Sedangkan akun @ganjarpranowofc tidak memiliki *thumbnail* (lihat Gambar 4.5).



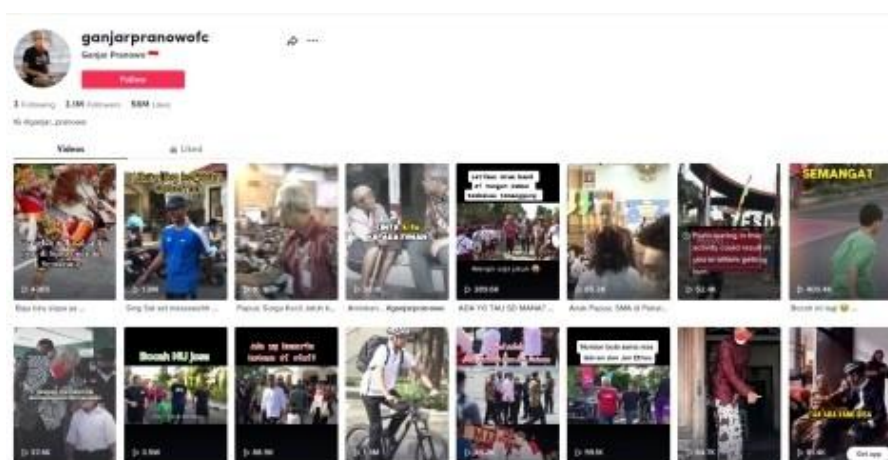
Sumber: https://www.tiktok.com/@ganjarku_

Gambar 4.3 Tampilan *Thumbnail* Akun TikTok @ganjarku_



Sumber: <https://www.tiktok.com/@ganjarpedia>

Gambar 4.4 Tampilan *Thumbnail* Akun TikTok @ganjarpedia



Sumber: <https://www.tiktok.com/@ganjarpranowfc>

Gambar 4.5 Tampilan *Thumbnail* Akun TikTok @ganjarpranowfc

Keunggulan video konten TikTok yang mudah diunduh dan dibagikan melalui media sosial lain, membuat konten di TikTok dibuat menarik sedemikian rupa agar audiens tergerak untuk melakukan *share* pada akun media sosial lainnya seperti Instagram dan Whatsapp. Pengelolaan isu oleh Tim Udara tidak terlepas dari aktivitas protokoler kehumasan. Tim Udara juga berinteraksi dengan media sosial lawan politik serta media massa arus utama, untuk mendapatkan isu-isu yang perlu diolah dan dilakukan klarifikasi melalui video konten dan rilis media.

“Tugas tim udara tidak hanya urusan medsos, tapi juga membuat rilis yang diberikan kepada media massa. Misalnya hari ini ada kunjungan melihat rumah tidak layak huni. Tim ini ikut, melihat kondisi bersama Pak Ganjar. Pak Ganjar jarang mengeluarkan *statement*/pernyataan khusus, tapi aktivitasnya lebih ke dialog. Maka kami mencermati dialog, kami juga berinteraksi dengan warga, dan kami mewawancarai tokoh yang ada di sana. Dalam hal ini, media massa diuntungkan, karena mereka dapat kerja lebih efisien. Kecuali media butuh konfirmasi, mereka akan mengejar langsung. Tapi biasanya rilis yang dibuat seperti laporan ini, sudah mencukupi. Ini adalah upaya menjaga hubungan baik dengan media massa.” (RP-Tim Udara, 2022).

c) Pengkomunikasian

Pengkomunikasian dalam manajemen tim media, pada dasarnya dilakukan untuk menyamakan persepsi seluruh anggota tim, agar pesan yang dibentuk dalam video konten sesuai dengan tujuan utama pencitraan di media sosial. Termasuk di dalamnya adalah ketika menghadapi gempuran komentar netizen terhadap sosok Ganjar Pranowo atas isu yang sedang berkembang. Tim Media (baik di Jawa Tengah maupun Tim Udara di Jakarta), termasuk Ganjar Pranowo sendiri, diupayakan untuk tidak menjawab langsung serangan dari pihak yang berupaya menjatuhkan citra politik Ganjar Pranowo. Seluruh serangan atau *black campaign*

di internet hanya akan dijawab dengan konten yang berisikan fakta sebaliknya sebagai *counter opinion*.

“Kita hanya mengumpulkan fakta saja. Kita tidak boleh membuat isu dan mengkonter isu dengan berlebihan, karena nanti kredibilitas @ganjarku_ dan @ganjarpedia akan hancur. Begitu pula Pak GP juga diharapkan tidak membuat statement tandingan terhadap serangan netizen.” (RP-Tim Udara, 2022).

“Ohya gak apa, berseberangan itu boleh *kok*. Lha, akunnya saja robot *kok*. *Sorry* ya, Gubernur Jawa Tengah ini melek juga soal itu. Hahaha...” (Ganjar Pranowo, 2022).

3. Akun TikTok @ganjarpranowofc dan Pemaknaan Video Konten Terpilih

Akun Tiktok @ganjarpranowo dipilih untuk dianalisa lebih dalam karena pada saat pencarian di TikTok, akun tersebut berada pada rekomendasi teratas (lihat kembali Gambar 4.2). Akun TikTok @ganjarpranowofc pertama kali aktif dan mengunggah video konten pada tanggal 27 Januari 2020. Hingga tanggal 12 Agustus 2022, akun TikTok @ganjarpranowofc telah menampilkan 944 video konten dengan menampilkan citra Ganjar Pranowo sebagai Gubernur Jawa Tengah serta sebagai masyarakat sipil. Akun @ganjarpranowofc mendapatkan *followers* sebanyak 3,1 juta akun serta menghimpun 57,6 juta *likes*. Jumlah *followers*, *shares* dan *likes* yang tinggi menunjukkan viralitas video konten dan menjadikan akun ini sebagai media pencitraan yang efektif.

Meskipun berdasarkan pernyataan Ganjar Pranowo bahwa akun @ganjarpranowofc adalah akun *fan based*, namun berdasarkan informasi Tim Udara bahwa sebenarnya akun tersebut dikelola oleh Tim Media di Jawa Tengah.

“Kalau akun @ganjarpranowofc itu sebenarnya dikelola orang pak GP sendiri. Bukan PNS tapi digaji. Mereka digaji bukan sebagai PNS tapi semacam honor dari budget transparansi. Jadi mereka

memang fokus pada akun GP yang *official* maupun bukan. Mereka tim yang mengelola konten. Jadi semua atas persetujuan Pak GP, karena tidak mungkin Pak GP yang pegang semuanya. Yang biasanya dipegang langsung oleh Pak GP adalah akun twitternya.” (RP-Tim Udara, 2022).

Aplikasi TikTok bersifat interaktif, di mana audiens dapat memberikan dukungan berupa *likes*, menyimpan video dengan menekan tombol *favorite*, memberikan komentar pada kolom *comment*, hingga membagikannya kepada pengguna lain di berbagai platform dengan menekan tombol *share*. Berdasarkan analisa atas video konten yang diunggah bulan Januari - Mei 2022, terdapat 252 video konten dengan jumlah penonton/*viewers* bervariasi mulai dari 55.800 *views* sampai dengan yang terbanyak 20.700.000 *views*. Sedangkan jumlah penyuka video paling sedikit 1.217 *likes* hingga yang terbanyak 2.300.000 *likes*. Total jumlah *views*, *likes*, *favorite*, *share* dan *comment* dapat dilihat pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1 Jumlah Views, Likes, Favorite, Share dan Comments Video

	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Total
Jumlah Video	58	44	45	58	47	252
Total Views	71,764,300	29,994,500	25,800,200	60,426,900	64,667,500	252.653.400
Total Likes	5,751,297	2,343,901	1,758,585	5,441,026	5,307,719	20.602.528
Total Comment	141,641	64,525	29,642	62,518	46,977	345.303
Total Favorite	89,202	32,686	18,859	81,567	118,134	340.448
Total Share	85,075	36,161	30,307	56,575	120,427	328.545

Sumber: data primer penelitian 2022 (diolah)

Video konten yang diunggah pada akun @ganjarpranowofc secara garis besar menampilkan dua sisi peranan Ganjar Pranowo, yaitu: tampilan yang berkaitan dengan jabatannya sebagai Gubernur Jawa Tengah; dan tampilan yang berkaitan

dengan sisi pribadinya sebagai masyarakat sipil seperti kepala keluarga, dan Ketua Umum Keluarga Alumni Universitas Gajah Mada (KAGAMA). Dari 252 video konten yang dianalisis dalam penelitian ini, berhasil dikelompokkan 20 citra politik yang ditampilkan oleh Ganjar Pranowo, baik pada citra gubernur maupun citra pribadi. Dua puluh kelompok citra tersebut antara lain:

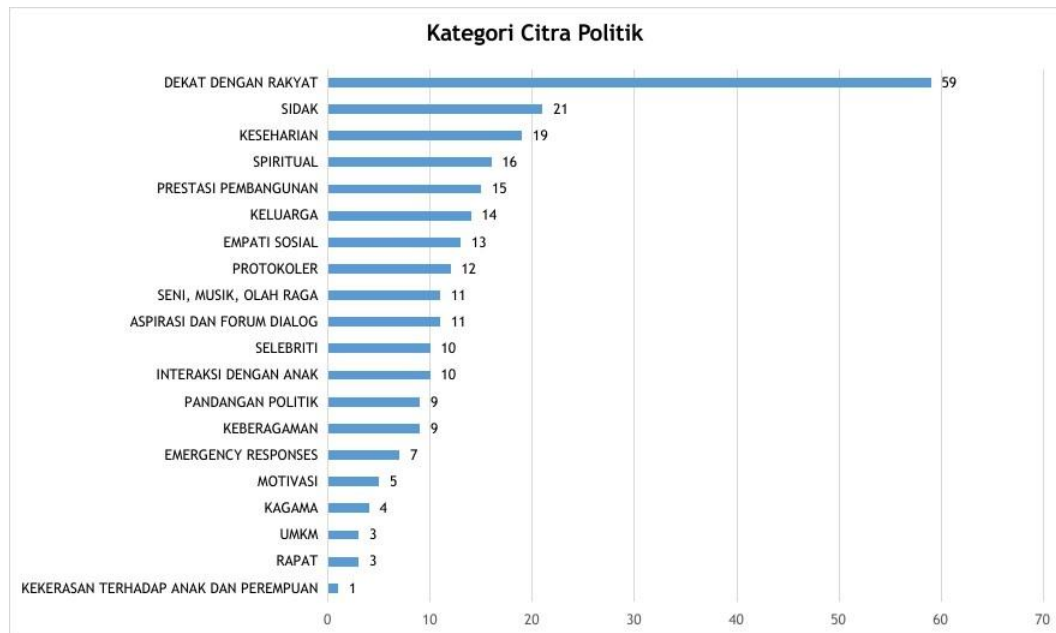
- 1) Dekat dengan rakyat: citra visual yang menunjukkan Ganjar Pranowo dalam kegiatan berinteraksi dengan masyarakat, yang ditunjukkan dengan keakraban dan *guyonan* (candaan).
- 2) Interaksi dengan anak: citra visual yang menunjukkan Ganjar Pranowo berinteraksi dan dialog langsung dengan anak-anak.
- 3) Kekerasan anak dan perempuan: citra visual yang menunjukkan Ganjar Pranowo menekankan isu kekerasan pada anak dan perempuan, serta kampanye untuk mencegahnya.
- 4) Aspirasi dan forum dialog: citra visual yang menunjukkan proses dialog dengan masyarakat untuk menjangkau aspirasi dan keluhan rakyat.
- 5) Keberagaman: citra visual yang menggambarkan Ganjar Pranowo terlibat dalam kegiatan budaya maupun agama lain.
- 6) Emergency response: citra visual yang memperlihatkan Ganjar Pranowo memberikan respon kedaruratan seperti melihat lokasi bencana, memberikan bantuan, berkunjung ke pengungsi, mitigasi bencana.
- 7) Empati sosial: citra visual yang memperlihatkan empati terhadap sesama, seperti memberikan sumbangan, membantu yang kesulitan, dan sebagainya.

- 8) KAGAMA: citra visual yang menggambarkan aktivitas Ganjar Pranowo sebagai Ketua Umum KAGAMA.
- 9) Keluarga: citra visual yang menggambarkan aktivitas Ganjar Pranowo bersama keluarga, seperti berwisata, silaturahmi, atau menampilkan foto-foto masa lalu.
- 10) Keseharian: citra visual yang menggambarkan aktivitas sehari-hari Ganjar Pranowo yang tidak ada hubungannya dengan peran/pekerjaan sebagai gubernur.
- 11) Motivasi: citra visual yang menampilkan Ganjar Pranowo memberikan petuah atau motivasi kepada audiens.
- 12) Pandangan politik: citra visual yang menampilkan pandangan politik Ganjar Pranowo yang biasa disampaikan dalam pidato dan wawancara/dialog.
- 13) Prestasi pembangunan: citra visual yang menampilkan prestasi pembangunan di Provinsi Jawa Tengah.
- 14) Protokoler: citra visual yang menampilkan Ganjar Pranowo sebagai Gubernur, menghadiri acara-acara khusus.
- 15) Rapat: citra visual yang menampilkan Ganjar Pranowo sebagai Gubernur yang sedang memimpin rapat atau hadir dalam rapat.
- 16) Selebritas: citra visual yang menampilkan interaksi Ganjar Pranowo bersama para selebritas, seperti makan siang bersama, wawancara, podcast, atau video meme bersama selebritas dunia.

- 17) Seni, musik, dan olah raga: citra visual yang menampilkan dukungan Ganjar Pranowo sebagai pribadi maupun gubernur terhadap seni, musik dan olah raga.
- 18) Sidak: citra visual yang menampilkan Ganjar Pranowo sebagai Gubernur melakukan inspeksi mendadak (sidak) terhadap kegiatan, proyek, peristiwa, dan penyaluran bantuan tanpa diketahui oleh sasaran sidak.
- 19) Spiritual: citra visual yang menggambarkan Ganjar Pranowo sebagai Gubernur maupun sebagai pribadi melakukan aktivitas spiritual seperti ziarah, memberikan tausiah, mendengarkan kajian, dan bersilaturahmi dengan para tokoh agama.
- 20) UMKM: citra visual yang menggambarkan dukungan, promosi, dan informasi program terkait UMKM.

Secara umum, video konten TikTok @ganjarpranowo selama bulan Januari - Mei 2022 mayoritas menunjukkan citra politik *dekat dengan rakyat* sebanyak 59 video, *sidak* sebanyak 21 video, *keseharian* sebanyak 19 video, *spiritual* sebanyak 16 video, dan *prestasi pembangunan* sebanyak 15 video. Gambaran kuantifikasi citra politik tersebut dapat dilihat pada Gambar 4.6.

Citra politik dekat dengan rakyat yang mendominasi konten video TikTok @ganjarpranowofc memang sejalan dengan tujuan PR politik yang direncanakan oleh Tim Media @ganjarpranowofc yaitu memperkenalkan sosok Ganjar Pranowo kepada audiens yang lebih luas. Selain itu, citra politik sidak, keseharian, dan prestasi pembangunan juga dipilih dan dikemas untuk menunjukkan persona Ganjar Pranowo sebagai gubernur yang melakukan kerja nyata.



Sumber: Data primer penelitian 2022 (diolah)

Gambar 4.6 Kategori Citra Politik pada Akun @ganjarpranowofc

Video konten pada akun tersebut disertai dengan musik-musik yang sedang populer dan didominasi oleh musik Jawa dan dangdut koplo. Hal ini untuk menyesuaikan dengan audiens TikTok yang senang dengan hiburan audio visual. Musik yang dipilih biasanya memperkuat pesan dalam video, baik secara teks atau liriknya maupun ritme musiknya.

Terdapat 18 kelompok citra politik yang ditampilkan oleh Ganjar Pranowo dengan peran sebagai gubernur dalam video konten TikTok @ganjarpranowofc selama bulan Januari - Mei 2022. Kelompok citra tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2 Kuantifikasi View dan Share dari Video Konten Citra Gubernur

No.	Citra Politik	Jumlah Video	Jumlah Views	Jumlah Share	Persentase
1.	Dekat dengan rakyat	47	49.454.100	42.801	25,27%
2.	Sidak	21	46.310.300	17.881	11,29%
3.	Prestasi pembangunan	15	4.985.300	3.572	8,06%
4.	Spiritual	13	10.520.100	56.695	6,99%

5.	Empati sosial	12	2.817.300	1.707	6,45%
6.	Protokoler	12	3.095.100	2.393	6,45%
7.	Aspirasi dan forum dialog	11	17.036.700	6.319	5,91%
8.	Interaksi dengan anak	10	4.914.100	2.113	5,38%
9.	Keberagaman	8	3.741.500	5.786	4,30%
10.	Pandangan politik	8	2.181.700	1.931	4,30%
11.	Emergency responses	7	1.766.200	1.250	3,76%
12.	Keseharian	6	924.900	527	3,23%
13.	Seni, musik, dan olah raga	5	1.067.300	448	2,69%
14.	Rapat	3	19.013.000	29.866	1,61%
15.	Ukm	3	2.492.000	4.815	1,61%
16.	Motivasi	2	140.300	124	1,08%
17.	selebritas	2	1.043.600	486	1,08%
18.	Kekerasan terhadap anak dan perempuan	1	70.300	25	0,54%
	TOTAL	186	171.573.800	178.739	100,00%
	Rata-Rata view & share per video		922.440	961	

Sumber: Data primer penelitian 2022 (diolah)

Sebagaimana yang ditampilkan dalam Tabel 4.2, dapat dilihat bahwa citra politik yang cenderung ditampilkan adalah *dekat dengan rakyat* sebanyak 25% dari seluruh konten bulan Januari - Mei 2022, serta telah dilihat 49,4 juta kali dan dibagikan hampir 43 ribu kali. Citra gubernur yang merakyat kemudian disusul dengan menampilkan citra *sidak* terhadap kegiatan, proyek pembangunan, peristiwa, dan penyaluran bantuan sebanyak 11%, telah dilihat hingga 46,3 juta kali dan dibagikan oleh netizen hampir 18 juta kali. Citra politik yang menampilkan prestasi pembangunan juga muncul pada 15 video konten atau 8% dari video dengan citra gubernur. Sedangkan citra politik yang ditampilkan oleh Ganjar Pranowo sebagai pribadi dikelompokkan dalam 11 kelompok citra, pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3 Kuantifikasi View dan Share dari Video Konten Citra Pribadi

No.	Citra Politik	Jumlah Video	Jumlah Views	Jumlah Share	Persentase
1.	Dekat dengan rakyat	12	11.474.700	21.522	21.21%
2.	Empati sosial	1	353.700	201	19.70%
3.	Kagama	4	820.000	312	18.18%
4.	Keberagaman	1	259.000	55	12.12%
5.	Keluarga	14	12.844.500	15.621	9.09%
6.	Keseharian	13	20.266.600	26.223	6.06%
7.	Motivasi	3	2.615.000	1.630	4.55%
8.	Pandangan politik	1	607.700	183	4.55%
9.	Selebritas	8	22.503.300	42.579	1.52%
10.	Seni, musik, olah raga	6	8.851.500	41.310	1.52%
11.	Spiritual	3	483.600	170	1.52%
	TOTAL	66	81.079.600	149,806	100.00%
	Rata-Rata view & share per video		1.228.479	2.270	

Sumber: Data primer penelitian 2022 (diolah)

Tampak pada tabel tersebut, citra pribadi yang ditampilkan Ganjar Pranowo adalah citra *dekat dengan rakyat*, *empati sosial*, dan kegiatan *KAGAMA*. Hal menarik yang ditemukan dari fenomena kelompok citra pribadi ini adalah jumlah rata-rata *view* dan *share* relatif lebih tinggi jika dibandingkan dengan video citra gubernur. Temuan ini menunjukkan bahwa persona pribadi Ganjar Pranowo lebih menarik untuk dilihat dan dibagikan (*worth to share*). Jumlah *share* tertinggi adalah untuk tema selebritas, meski hanya 8 video yang diunggah tapi berhasil dibagikan hingga lebih dari 42 ribu kali. Tema selebritas menjadi salah satu pendongkrak penyebaran persona Ganjar Pranowo di TikTok.

Video konten yang diteliti adalah video konten yang diunggah oleh akun Tik Tik @ganjarpranowofc pada bulan Januari - Mei 2022. Total jumlah video yang diunggah pada periode tersebut adalah sebanyak 252 video, yang kemudian diranking berdasarkan jumlah *viewers* terbanyak dan terpilih 6 (enam) buah video, dengan rincian: 3 (tiga) video yang mewakili citra gubernur dan 3 (tiga) video yang mewakili citra pribadi. Video konten yang diunggah memiliki keterkaitan

isu dengan peristiwa-peristiwa sebelumnya, sehingga dalam memaknai citra politik pada konten tersebut juga menampilkan isu-isu dan peristiwa terkait. Video konten terpilih dapat dilihat pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4 Video Terpilih untuk Pemaknaan Citra Politik Ganjar Pranowo

Kode	Tanggal	Kelompok Citra	Tema	Jumlah Views
CITRA GUBERNUR				
G.1	30 Januari 2022	Sidak	Cek Bangunan tidak sesuai spesifikasi	20,700,000
G.2	10 Mei 2022	Rapat	Pertemuan dengan guru	16,100,000
G.3	6 April 2022	Dekat dengan rakyat	Blusukan ke rumah warga	15,900,000
CITRA PRIBADI				
P.1	21 Februari 2022	selebritas	Makan siang bersama Reza Rahadian	9,000,000
P.2	30 Januari 2022	Keseharian	Menikmati pemandangan	8,600,000
P.3	19 Mei 2022	Seni, musik, olah raga	Curhatan Fans MU	7,600,000

Sumber: Data primer penelitian 2022 (diolah)

Pemaknaan dilakukan dengan membaca tanda, penanda, dan petanda terhadap video konten termasuk didalamnya yang tampak secara visual, teks yang tertulis, caption video, dan musik yang menyertai. Uraian pembacaan tanda, penanda, dan petanda berdasarkan pandangan Barthes tentang signifikasi yang mengaitkan hubungan antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Selanjutnya diberikan penafsiran dalam makna denotasi disebutkan sebagai Penanda 1 dan Petanda 1. Kemudian dilakukan penguraian makna konotatif disebutkan sebagai Penanda 2 dan Petanda 2.

Pada masing-masing video yang dianalisis, juga dilakukan wawancara terhadap audiens yang memberikan komentar pada kolom *comment* TikTok @ganjarpranowofc. Wawancara ini dilakukan untuk menangkap kesan yang dirasakan oleh para audiens tentang citra politik Ganjar Pranowo pada video konten tersebut. Pemaknaan terhadap video konten terpilih, masing-masing dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Pada video G.1, Ganjar melakukan sidak ke lokasi proyek pembangunan SMAN Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar. Ganjar mendatangi sekolah menengah tersebut tanpa menunjukkan satu pun simbol dirinya sebagai Gubernur Jateng. Sidak tersebut merupakan salah satu upaya pencitraan yang berkaitan dengan penganangan Reformasi Birokrasi. Ganjar sendiri percaya bahwa pencitraan merupakan upaya untuk menunjukkan citra politik seseorang. Citra politik itu ditunjukkan dengan langsung membuktikan sendiri adanya kasus penyimpangan dalam proyek tersebut. Pembuktiannya sama sekali tidak menggunakan alat-alat tertentu untuk memastikan kualitas bangunan sesuai spesifikasi. Ganjar Pranowo hanya menendang hardboard dan terbentuk dua lubang. *Hardboard* tersebut dipoles oleh pihak kontraktor sehingga tampak seperti tembok.

Tabel 4.5 Pemaknaan Video Konten Citra Gubernur Kode G1

Kode	Tema	Simbol yang tampak	Teks dalam video	Caption video	Sound
G.1	Cek Bangunan tidak sesuai spesifikasi	Menendang, marah, memeriksa, memotret kerusakan dengan HP	Sidak Pembangunan SMAN Tawangmangu. Dikira tembok ternyata palsu.	parah bener, sekali gajul langsung jebol #ganjarpranowo	Panik Gak (Paniklah Masa Nggak) - Noka AXL
Penanda 1	Pengecekan dengan cara menendang dengan sepatu kasual hingga terbentuk dua lubang	Memotret sendiri tembok yang berlubang.	Tampilan dinding, dipoles seakan-akan tembok	Parah benar dan Sekali gajul langsung jebol	Dangdut koplo dengan nada musik yang riang
Petanda 1	Dari jaket Med Dogs, baju kaos merah, hingga sepatu kasual, menunjukkan pengecekan itu dilakukan sebagai sidak atau pencitraan	Mendokumentasikan secara pribadi hasil sidak menunjukkan ini bukan hanya urusan sebagai gubernur, tapi secara pribadi juga tak setuju dengan ulah kontraktor nakal.	Kontraktor berusaha mengelabui sehingga hard board terlihat seperti tembok.	Komentar yang memastikan sidak tersebut berhasil membuktikan adanya kontraktor nakal	Menunjukkan semangat tinggi Ganjar melakukan sidak.

Penanda 2	Jaket Med Dogs dan seluruh tampilan fisik yang tak menunjukkan jabatan struktural	Ekspresi dan ucapan dalam sidak	Sekali menendang tanpa tenaga penuh, bisa menjebol tembok	Parah benar dan Sekali gajul langsung jebol.	Judul sekaligus lirik dangdut koplo, Panik Gak (Paniklah Masa Nggak)
Petanda 2	Bukan aktivitas protokoler atau acara resmi.	Menumpahkan kemarahan dan kekesalan	Dinding tersebut sangat rapuh atau tidak sesuai spesifikasi sebagai tembok.	Diksi "Parah benar" memastikan kondisi bangunan sangat parah kondisinya. Komentar "Sekali gajul langsung jebol" menunjukkan dinding terbuat dari bahan yang amat tipis atau rendah kualitasnya.	Musik latar ini tepat menyindir kontraktor nakal yang ketahuan membangun tembok palsu.

Sumber: Video konten <https://vt.tiktok.com/ZSRJMwkvU/?k=1> (diolah)

Tindakan ini membuktikan adanya tembok palsu yang terbuat dari *hardboard*, kemudian ditindaklanjuti dengan langsung menelpon kontraktor. Upaya yang dilakukan tersebut menuai hasil, sebagaimana diberitakan dalam www.jatengprov.go.id, Jumat 15 April 2022 dengan judul "*Ganjar Kembali Sidak SMAN Tawangmangu, Bangunan Tampak Lebih Bagus.*" Ganjar Pranowo juga menampilkan video tentang bangunan sekolah tersebut, yang dianggap sudah bagus, sebagaimana dalam akun TikTok-nya pada tanggal 16 April 2022.

Dalam situs resmi milik Pemprov Jawa Tengah, terdapat kutipan tentang bangunan yang disidak Ganjar Pranowo tiga bulan lalu. Seperti kalimat "*Beberapa laporan sudah masuk ke saya. Dak bagian atas yang awalnya berantakan, sekarang sudah diratakan, batu tempel sudah dikasih pelapis. Jadi lebih bagus. Semua dibetul-betulan sehingga lebih rapi kerjanya.*" Pada situs tersebut diberitakan bahwa Ganjar Pranowo mendapat laporan bahwa detil-detil yang ditemukan bermasalah saat sidak Januari lalu, sudah dibetulkan.

Audiens berinisial IS menangkap kesan dari video tersebut sebagai pencitraan

yang baik, karena tidak nampak rekayasa:

"Ya... Ga sengaja Pak Ganjar nendang eh... ternyata kopong. Hal itu kan tidak diduga. Jadi memang sepertinya beliau mempunyai tim siap siaga mendokumentasikan semua dan langsung diposting, jadinya unik dan menarik untuk penonton Tiktok-nya." (IS, 2022).

Selanjutnya, pemaknaan video G.2 dapat dilihat pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6 Pemaknaan Video Konten Citra Gubernur Kode G2

Kode	Tema	Simbol yang tampak	Teks dalam video	Caption video	Sound
G.2	Pertemuan dengan guru	Guyon, berkenalan	GP: Dari mana ini? G: Dari Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam GP: Matematika. Nah, ini. Ini ilmu yang paling saya suka... kalau gurunya tidak masuk. Hahaha	ada yang sama? #ganjarpranowo	Suara asli - Ganjar Pranowo
Penanda 1	Terlihat ada seorang guru perempuan menyambut dan yang lain duduk di ruang rapat	Ganjar berkenalan dengan menanyakan latar belakang pendidikan guru	Dari mana ini?	Caption, "ada yang sama?"	Suara asli
Petanda 1	Kehadiran Ganjar sudah dikondisikan atau melalui pemberitahuan terlebih dahulu.	Mengurangi situasi formal yang terbentuk karena suasana forum yang kaku di ruang pertemuan	Sapaan lugas, yang menunjukkan hierarki. Lainnya halnya bila kalimat pertanyaan tersebut berbunyi, "Dari mana ini, Bu Guru?" Kesan hierarki lebih berkurang, karena si penanya memberikan pertanyaan dengan menyebut profesi dan sapaan, "Bu"	Menanyakan kepada khalayak di luar ilmu eksakta, apakah ada yang sama dengan dialami Ganjar, yakni sangat suka bila guru matematika tak masuk mengajar.	Khas terdengar keakraban ganjar dalam menyapa, meskipun hierarki itu tetap ditunjukkan oleh guru yang memberikan jawaban.
Penanda 2	Posisi guru perempuan menunduk menyambut Ganjar	Gurauan	Matematika. Nah, ini. Ini ilmu yang paling saya suka... kalau gurunya tidak masuk. Hahaha	"ada yang sama"	Suara lugas dan tanggapan humor
Petanda 2	Penghormatan atau menunjukkan hierarki Ganjar yang lebih tinggi secara formal	Cara ini sering dilakukan Ganjar untuk mencairkan suasana	Gurauan yang lazim muncul di kalangan orang-orang sosial bila bertemu kalangan ilmu eksakta.	Mungkin ada penonton video yang begitu mendengar perkataan matematika, langsung teringat pada rumus-rumus yang banyak, rumit, dan sulit dimengerti.	Ganjar sangat cepat mengubah suasana dari kaku menjadi cair dan menyenangkan.

Sumber: Video konten <https://vt.tiktok.com/ZSRJrSEX2/?k=1> (diolah)

Audiens berinisial DRU menangkap kesan dari video tersebut, Ganjar Pranowo mencitrakan sebagai sosok yang humble dan dekat dengan masyarakat:

"Perasaan saya jelas terhibur banget. Sebenarnya bukan Tik Tok buat lucu-lucuan gitu, tapi buat ngeliatin kegiatan Pak Ganjar selama menjadi gubernur. Tapi, jadi terhibur karena candaannya. Humblenya sama masyarakat, berinteraksi sama masyarakat, keren juga nih! Setelah lihat video itu, yang jelas langsung nge-like. Apalagi video yang jokes-nya masuk, atau setuju dengan pendapat pak Ganjar tentang sesuatu gitu ya, pasti langsung nge-like." (DRU, 2022)

Selanjutnya, pemaknaan terhadap video G.3 dapat dilihat pada Tabel 4.7. Pada video G.2 tampak Ganjar Pranowo melakukan pertemuan dengan para guru. Berbeda dengan sidak pada bangunan SMAN Tawangmangu, kehadirannya pada hari itu sudah dikondisikan atau melalui pemberitahuan terlebih dahulu. Guru-guru sudah menunggu di ruang pertemuan, termasuk adanya seorang guru yang sudah dipersiapkan untuk menyambut. Tidak ditemukan adanya isu penting yang dikatakan Ganjar Pranowo mengenai guru-guru tersebut. Guru-guru juga tidak menyampaikan pendapat atau keluhan tertentu. Video tersebut hanya menampilkan citra diri Ganjar Pranowo yang supel dan humoris meski baru sekali bertemu muka. Konteks pertemuan Ganjar Pranowo dengan para guru tidak diketahui karena tidak disertakan video yang lebih lengkap dan tidak ditemukan situs berita yang mengabarkannya.

Tabel 4.7 Pemaknaan Video Konten Citra Gubernur Kode G3

Kode	Tema	Simbol yang tampak	Teks dalam video	Caption video	Sound
G.3	Blusukan ke rumah warga	Dialog, guyon, akrab	Dialog Bahasa Jawa, teks Bahasa Indonesia G: Sekolah di mana? A: SMA 12 G: SMA 12? Oh... Negri? Di mana itu? A: Di Gunung Pati itu, Pak. G: Oh Gunung Pati. Bayar atau tidak sekolahnya? A: Gratis G: Oh ya sudah benar. Hahaha.. Ya kalau SMA Negeri bayar tak tutuki gurunya. Teks saja: Semua SMA/SMK Negeri di Jateng gratis SPP	semoga sedikit meringankan beban para ortu #ganjarpranowo #sekolahgratis	Suara Asli Ganjar & musik TANSAH KELINGAN
Penanda 1	Blusukan dengan mengenakan baju batik dan ID card	Dialog dengan siswa dalam Bahasa Jawa dan Bahasa Indonesia	Bayar atau tidak sekolahnya?	Tagar #ganjarpranowo dan #sekolahgratis	Suara Asli Ganjar
Petanda 1	Kunjungan kerja dan formal	Penggunaan bahasa campuran di rumah warga, memudahkan penerimaan pesan.	Pertanyaan ini harus dipastikan mendapatkan jawaban sesuai kebijakan Gubernur yang membebaskan pembayaran SPP	Kedua tagar ini menunjukkan selama masa jabatan Ganjar, tidak ada pembiayaan yang diperbolehkan.	Memastikan kebijakannya diterapkan di sekolah-sekolah
Penanda 2	Bertanya langsung kepada siswa di rumahnya	Guyon dan suasana akrab	Gratis	semoga sedikit meringankan beban para ortu	TANSAH KELINGAN
Petanda 2	Memastikan mendapat informasi utama mengenai kondisi siswa	Kesan humoristis Ganjar pencair suasana	Jawaban siswa menunjukan tidak ada pembayaran apapun yang dikenakan sekolah terhadap siswa.	Tidak ada pembiayaan yang harus ditanggung orang tua dalam konteks SPP	Ucapan Ganjar, "tak tutuki gurunya." dan makna lagu TANSAH KELINGAN (SELALU INGAT) menunjukkan agar setiap orang selalu ingat bahwa seluruh Jateng bebas dari segala pembiayaan bidang pendidikan (SPP)

Sumber: Video konten <https://vt.tiktok.com/ZSRJM7Lxe/?k=1> (diolah)

Pada video G.3, tampak Ganjar Pranowo melakukan blusukan ke rumah warga dan bertemu seorang siswi SMA 12 Gunung Pati, Semarang. Blusukan ini dilakukan sesuai protokol gubernuran terlihat dengan baju batik yang dikenakan dan adanya ID card. Aktivitas formal ini berkaitan dengan kebijakan pencanangan program menggratiskan biaya sekolah bagi siswa SMA/SMK/SLB negeri dengan anggaran sebesar Rp860,4 miliar. Pada konferensi pers yang diberitakan oleh www.jatengprov.go.id tanggal 27 Desember 2019, Ganjar Pranowo menyampaikan "*Tahun depan kami akan menggratiskan biaya pendidikan bagi siswa SMA/SMK dan SLB negeri. Mudah-mudahan, dengan program ini maka upaya mewujudkan sumber daya manusia yang unggul di Jawa Tengah akan cepat terwujud.*"

Dialog Ganjar Pranowo dengan siswi tersebut menekankan pada pelaksanaan program, sebagaimana pertanyaan "*Bayar atau tidak sekolahnya?*" Ketika siswi tersebut mengatakan gratis, maka Ganjar Pranowo menanggapi dengan tertawa, "*Oh ya, sudah benar.*" Bahkan untuk menekankan betapa ia mengawasi sendiri kesuksesan dan kelancaran program berbiaya di atas delapan ratus milyar rupiah, Ganjar Pranowo berkata, "*Ya kalau SMA Negeri bayar tak tutuki gurunya.*" Pada berita di situs resmi Pemprov Jawa Tengah, terbaca perkataan Ganjar Pranowo "*Kami akan awasi, jangan sampai SPP-nya gratis, tapi pihak sekolah tetap meminta pungutan-pungutan biaya lainnya.*" Ini menandakan, tidak diperkenankan adanya pungutan apapun yang memberatkan orang tua siswa.

Audiens berinisial HW menangkap kesan dari video tersebut, Ganjar Pranowo berusaha mencitrakan diri sebagai sosok yang memperjuangkan hak pendidikan. Namun, menurutnya itu hal yang lumrah, sedangkan masih banyak persoalan pendidikan lain yang harus diselesaikan.

"Menurut saya, videonya oke sih. Dibawainnya singkat, padat, jelas maksudnya. Ingin menekankan bahwa Pak Ganjar ini memang mau memperjuangkan untuk SMA Negeri itu gratis. Tapi, di lapangan itu kan sebetulnya tidak hanya itu saja persoalannya. Maksudnya sekolah itu Negeri kita tahu gratis, tapi uang-uang yang lainnya gitu loh. Yang saya pernah denger uang buku lah, uang seragam, serta uang macam-macam lah. Nah maksud saya, alangkah lebih baik sih hal itu juga menjadi salah satu concern atau perhatian Pak Ganjar gitu loh, supaya betul-betul saat kita sekolah negri itu, betul-betul dengan biaya yang minimal. Itu saya temui ada yang curhat seperti itu melalui media sosial mereka. Jadi saya rasa mungkin biar lebih oke, coba ditambahkan gitu program kerjanya." (HW, 2022).

Audiens berinisial HW juga menangkap kesan bahwa video tersebut dibuat sebagai pencitraan, telah melalui beberapa proses editing dan hanya menampilkan pesan yang perlu diketahui saja.

"Lalu juga videonya, keliatan tektok-tektok banget ya. Semestinya dibikin dalam satu frame atau ada penjelasan tertentu mengapa mereka harus duduk berjauhan. Karena bisa menimbulkan kesalahpahaman bahwa mereka ini pengambilan videonya itu tidak dalam waktu yang bersamaan, tetapi dalam waktu yang berbeda. Karena kalau dilihat latarnya sendiri pun sedikit berbeda kan. Pak Ganjar berdiri di depan tembok batu, sedangkan anaknya itu di depan pintu kamar. Nah, kalau diperhatikan lebih jeli, orang akan berpikir bahwa ini sebetulnya pencitraan banget. Karena video ini dibuat dalam dua segmen waktu yang berbeda, dengan dua latar waktu yang berbeda, terus diedit, digabungkan jadi satu. Nah kalo kayak gitu kan kesannya jadi kayak kurang.. apa ya? kurang dalam maksudnya." (HW, 2022).

Pada ketiga tabel di atas, citra Ganjar Pranowo sebagai gubernur lebih terlihat pada Tabel 4.5 dan Tabel 4.7. Pada Tabel 4.5, sidak dalam pembangunan SMAN

Tawangmangu berefek positif karena adanya perubahan yang lebih baik dalam bangunan sekolah. Hal ini menimbulkan kesan bahwa tindakan tegas yang dilakukan Ganjar Pranowo adalah pengawasan melekat berhasil memberikan kemajuan pada program pembangunan, dan bersih dari korupsi.

Pada Tabel 4.7, tampak Ganjar Pranowo memastikan program bebas SPP berlangsung baik, sebagaimana dibuktikan saat blusukan di rumah warga. Jawaban atau respons yang diberikan oleh seorang siswi menunjukkan programnya berhasil di lapangan. Keunikan program ini yakni pengembalian uang SPP terhadap siswa yang sudah terlanjur melakukan pembayaran. Seperti diberitakan oleh www.seputarmuria.com, 15 Januari 2020 bahwa SMAN 3 Pati mengembalikan uang SPP 232 siswa. Total uang yang dikembalikan mencapai Rp75.155.000,-. Disampaikan oleh Kepala Sekolah SMAN3 Pati, Alasan pengembalian uang tersebut yakni, "*Sudah ada instruksi dari dinas pendidikan tentang pengembalian ini. Oleh karena itu, pihaknya segera melaksanakan berdasarkan arahan Gubernur dan petunjuk Kepala Dinas.*"

Tabel 4.8, 4.9 dan 4.10 berkaitan dengan citra pribadi Ganjar Pranowo. Tabel 4.8 dan Tabel 4.10 tidak berkepentingan secara publik, karena hanya berkaitan dengan selebritas dan fans sebuah klub sepak bola. Tabel 4.9 masih merupakan satu urutan kejadian dengan sidak di SMAN Tawangmangu. Selanjutnya, pemaknaan terhadap video P.1 dapat dilihat pada Tabel 4.8.

Pada video P.1 tersebut, Ganjar Pranowo menampilkan kesan akrab dan dekat dengan selebritas nasional, serta up to date dengan isu yang sedang *hype*. Saat video P.1 diunggah, sedang trend serial film berjudul "Layangan Putus" yang

dibintangi oleh Reza Rahadian. Film ini menjadi sangat viral dan jargon-jargon yang digunakan di dalamnya menjadi jargon umum di masyarakat. Sosok "Mas Aris" menjadi sangat melekat pada Reza Rahadian, sehingga ketika melihat "Reza Rahadian" maka orang melihat sosok "Mas Aris".

Tabel 4.8 Pemaknaan Video Konten Citra Pribadi Kode P1

Kode	Tema	Simbol yang tampak	Teks dalam video	Caption video	Sound
P.1	Makan siang bersama Reza Rahadian	Dialog, guyon, akrab	Dialog tanpa penjelasan teks: G: Jadi mas Aris.. RR: Ah Bapak... duh... Dari tadi saya sudah seneng-seneng lho Pak, gak ada embel-embel itu lho Pak. Bapak lagi yang ngomong... Aduuh (tertawa geli)	kenapa nggak boleh nyebut ya #rezarahadian #ganjarpranowo	Suara Asli Ganjar & musik Enakeun - incu gangsters
Penanda 1	Makan siang bersama Reza Rahadian	Dialog	"Jadi mas Aris ..."	Caption "kenapa nggak boleh nyebut ya?"	Suara Asli Ganjar
Petanda 1	Akrab dengan para selebritas papan atas	Keunggulan Ganjar ditunjukkan dengan pilihan kata dalam dialog	Mas Aris, nama panggilan yang melekat pada Reza, karena memerankan karakter itu di serial Layangan Putus.	Menunjukkan Ganjar sendiri tak tahu banyak tentang serial Layangan Putus yang diperankan Reza sebagai Mas Aris	Kejadian tersebut dialami langsung oleh Ganjar
Penanda 2	Suasana makan siang Ganjar masih memakai masker	Guyon dan akrab	"Jadi mas Aris..."	Caption "kenapa nggak boleh nyebut ya?"	Enakeun
Petanda 2	Protokol kesehatan masih diutamakan Ganjar, meskipun tiga orang lainnya tidak lagi menggunakan penutup hidung tersebut.	Ganjar luwes dalam memilih subyek pembicaraan	Reza menunjukkan penolakan dengan panggilan Mas Aris, meski diucapkannya sambil tertawa.	Ganjar ingin tahu atau melihat langsung mengapa sebutan Mas Aris menjadi momok bagi Reza.	Ujaran "enakeun" yang dipakai dalam judul lagu, untuk menyindir Reza yang justru tak merasa "enakeun/enak/nyaman" karena ia dibenci ibu-ibu.

Sumber: Video konten <https://vt.tiktok.com/ZSRJMKfR4/?k=1> (diolah)

Salah satu audiens berinisial IR merasa senang dan terkejut menangkap kesan dari video tersebut.

"Waah, ternyata beliau mengikuti serial layangan putus juga. Mungkin beliau sama kayak saya, member *officialpilarez*." (IR, 2022).

Ganjar Pranowo memanfaatkan momentum film Layangan Putus, dan video tersebut berhasil menarik respon audiens dengan jumlah *views*, *likes*, dan *share* yang tinggi. Hal ini membantu mendongkrak popularitas konten akun TikTok @ganjarpranowofc di internet.

Selanjutnya, pemaknaan terhadap video P.2 dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9. Pemaknaan Video Konten Citra Pribadi Kode P2

Kode	Tema	Simbol yang tampak	Teks dalam video	Caption video	Sound
P.2	Menikmati pemandangan	Berada di Segoro Ijo Resto, Dusun Spranten, Desa Kemuning, Kecamatan Ngargoyoso, Karanganyar. Tampak Ganjar berdiri menikmati pemandangan.	menyebutkan kata " <i>mesakke opo?</i> " sambil tertawa.	<i>urip kudu urup, full senyum</i> #ganjarpranowo #mesakkeopo	Suara Asli Ganjar & musik Mbasyee
Penanda 1	Tersenyum lepas sambil menikmati pemandangan	Duduk dan tersenyum, di dekat " <i>paragliding pajangan</i> ", dalam sesi kejadian yang sama di video selanjutnya, Ganjar duduk di atas paragliding.	" <i>mesakke opo?</i> "	<i>urip kudu urup, full senyum</i> #ganjarpranowo #mesakkeopo	
Petanda 1	Suasana plong, usai melakukan sidak Pembangunan SMAN Tawangmangu	Ganjar memperlihatkan pemandangan kebun teh	Ujaran yang populer di Semarang. " <i>Mesakke</i> " artinya kasihan.	Semboyan berbahasa Jawa, itu menggambarkan semangat dalam diri Ganjar maupun warga Desa Kemuning.	
Penanda 2	Jaket "Med Dogs", baju kaos merah, hingga sepatu kasual	Dalam sesi kejadian yang sama di video selanjutnya, Pernyataan Ganjar, "Di desa itu tidak ada pengangguran, karena semua bekerja, karena	" <i>Mesakke opo</i> " (kasihanin apa?) tanya Ganjar, lalu muncul jawaban dari penggalan lirik lagu Ojo Nangis yakni " <i>mesakke atiku</i> " (kasihan hatiku)	Semboyan, " <i>Urip Kudu urup</i> " (Hidup harus menyala) dan <i>full senyum</i>	

		pariwisata."			
Petanda 2	Kunjungan ke lokasi wisata tidak dilakukan secara formal	Keunggulan Desa Wisata	Penggunaan ujaran "mesakke opo" dan "mesakke atiku" menunjukkan Ganjar cukup mengenal bahasa gaul terkini. Bisa juga berarti, apa yang lagi yang harus <i>disusahin</i> , semua warga bekerja dan berprestasi.	Hidup harus dipenuhi dengan karya, terus bergerak, semangat berkobar dan menuju kehidupan yang lebih baik. Selain itu semua harus dihadapi dengan ceria. Konteks makna ini sesuai dengan kondisi wisata.	

Sumber: Video konten <https://vt.tiktok.com/ZSRJMnqkf/?k=1> (diolah)

Video P.2 masih merupakan satu urutan kejadian dengan sidak di SMAN Tawangmangu (video G.1). Usai melakukan sidak tersebut, Ganjar Pranowo menyempatkan mengunjungi Desa Kemuning yang dicanangkan sebagai desa wisata. Diberitakan oleh www.jatengprov.go.id, 30 Januari 2022, Ganjar Pranowo mengunjungi Desa Kemuning bersama klub motor Bandiyem Group Motoran.

Di desa tersebut, Ganjar Pranowo mendapat informasi langsung dari Kades Kemuning, Widyoko. Sejak tahun 2014, pemerintah desa bersama anak-anak muda di desa Kemuning melakukan pemetaan dan mengidentifikasi potensi desa yang dapat dikembangkan. Dari hasil pemetaan tersebut, muncul ide untuk mengembangkan pariwisata. Awal wisata yang dibuat warga setempat yakni susur sungai menggunakan ban bekas atau tubing. Saat itu diupayakan pula agar masyarakat tidak buang limbah ke sungai.

Terhadap upaya sukses pembentukan desa wisata yang merupakan inisiatif anak-anak muda setempat itu, Ganjar Pranowo memberikan apresiasi. Ganjar mengajak kepala desa lainnya mengikuti langkah sukses Widyoko. "*Kalau mau desanya berkembang, kamu bisa belajar pengelolaan desa ke sini. Tidak hanya*

membuat wisata desa yang cantik, tapi juga mengedepankan kolaborasi bersama untuk memakmurkan masyarakat."

Audiens berinisial FI menangkap kesan Ganjar Pranowo sebagai sosok yang humble.

"Keren, perasaan saya tentu saja senang karena memang bener-bener saya suka sama sosok Bapak. Saya kan cuma bisa lihat di TikTok. Mudah-mudahan, dalam keadaan kesehariannya juga *humble*, tidak memilih karena ini suatu konten atau apapun." (FI, 2022).

Selanjutnya pemaknaan terhadap video P.3 dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10 Pemaknaan Video Konten Citra Pribadi Kode P3

Kode	Tema	Simbol yang tampak	Teks dalam video	Caption video	Sound
P.3	Fans MU	Foto bareng fans MU.	Dialog dengan teks: O: Pak, foto, Pak. MU, Pak. G: Halah... MU kalah O: foto, Pak. Juara lho, Pak G: Juara kapan? TVmu rusak apa gimana? Dari kemarin MU kalah terus kok. Menurutmu sebagai... pendukung MU apa tidak stress begini?	Curcol pendukung MU #ganjarpranowo #manchesterunited	Suara asli - Ganjar Pranowo
Penanda 1	Fans MU mendekati Ganjar	Fans MU mengajak Ganjar berfoto bareng	"Juara kapan? TVmu rusak apa gimana? Dari kemarin MU kalah terus kok."	Curcol pendukung MU	Suara asli - Ganjar Pranowo
Penanda 1	Ganjar dikenal sebagai fans MU	Meski tidak berkaitan dengan pertemuan khusus dengan fans MU, tetapi Ganjar bersikap senang dengan ajakan berfoto.	Ganjar mudah sekali menampilkan gurauan dan sensasi humoristis, bahkan candan tersebut dilakukan spontan	"Curhat colongan" yang berarti fans MU, mengeluhkan kekalahan tim andalan, meski tidak disampaikan dalam wajah nelangsa.	Ganjar tidak merasa keberatan atau menampik permintaan berfoto dengan Fans MU. Padahal saat itu, suasananya bukan sedang berolahraga.
Penanda 2	Fans MU mengenakan baju jersey dan Ganjar berbaju batik	Ajakan berfoto sambil berkata, "juara lho Pak!"	"pendukung MU apa tidak stress begini"	#ganjarpranowo #manchesterunited	Suara asli - Ganjar Pranowo yang tampil berdialog atau bicara sambil berjalan.

"jumlah angka kemiskinan". Upaya *counter* opini dengan memunculkan fakta lain sebagai pembanding adalah salah satu upaya literasi digital kepada audiens/masyarakat. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Febriansyah dan N.N. Muksin (2020) bahwa Penyebaran berita hoax di masyarakat dapat diantisipasi dengan tiga pendekatan penting, yaitu pendekatan kelembagaan, teknologi, dan literasi.

B. Pembahasan

1. Komunikasi Politik Ganjar Pranowo melalui Media Sosial

Menurut McNair (2011), terdapat tiga definisi komunikasi politik, yang mana seluruhnya dilakukan oleh Ganjar Pranowo dengan rincian sebagai berikut:

- 1) Komunikasi yang dilakukan oleh aktor politik kepada aktor politik lainnya. Hal ini diperlihatkan pada video konten Ganjar Pranowo berdialog dan bersilaturahmi bersama para tokoh seperti Presiden Joko Widodo, para ulama, dan tokoh politik lainnya, termasuk baru-baru ini menghadiri acara pernikahan putri Anies Rasyid Baswedan di Jakarta. Video tersebut bahkan tetap di-*pinned* (dibuat pada deretan teratas) pada akun TikTok @ganjarku_.
- 2) Komunikasi yang dilakukan aktor politik kepada non-politik. Diperlihatkan pada video konten Ganjar Pranowo berdialog dengan masyarakat, kalangan profesional, pebisnis. Umumnya citra yang ditampilkan adalah sebagai gubernur.
- 3) Komunikasi dan kegiatan aktor politik yang diliput ke dalam media massa. Merujuk pada Gazali (2007), dapat dikatakan bahwa komunikasi politik yang

dilakukan oleh Ganjar Pranowo melalui media sosial (khususnya TikTok) adalah:

- 1) Mengurangi ketidakpastian. Misalnya pada isu tentang Wadas dan isu korupsi pembangunan sekolah. Di dunia nyata dan juga internet terjadi kesimpangsiuran informasi mengenai pengelolaan isu Wadas dan korupsi pembangunan sekolah. Ganjar Pranowo yang mempunyai *tagline* “*Mboten Korupsi, Mboten Ngapusi*” berupaya melakukan klarifikasi terhadap isu tersebut dengan menampilkan video konten, misalnya saat menemui para pendemo dan melakukan dialog dengan masyarakat Wadas. Pada video konten tersebut, diperlihatkan Ganjar Pranowo turun langsung ke tengah demonstran dan melakukan dialog, yang mana hal ini teramat jarang dilakukan oleh para pemimpin daerah dan perwakilan rakyat. Untuk kasus korupsi pembangunan sekolah, ditampilkan dalam video konten bahwa Ganjar Pranowo melakukan inspeksi mendadak (sidak) langsung ke lokasi pembangunan dan menemukan kecurangan kontraktor, langsung menegur kontraktor via telepon, dan mendokumentasikannya. Kemudian juga dilakukan evaluasi berkala terhadap proyek tersebut dan kembali diunggah di video konten, bahwa hasil sidaknya terbukti berhasil memperbaiki proyek pembangunan sekolah.
- 2) *Prospective public policies*, diperlihatkan Ganjar Pranowo mengangkat isu kebijakan pendidikan gratis hingga jenjang menengah ke atas di Provinsi Jawa Tengah melalui video konten TikTok.

2. Public Relations Politik dan Manajemen Citra Politik Ganjar Pranowo

Menurut Stromback dan Kiouisis (2011), PR politik yang dilakukan oleh Ganjar Pranowo melalui media sosial (khususnya TikTok) antara lain:

- 1) PR politik yang dilakukan tidak sekedar komunikasi tetapi membutuhkan dengan dilakukannya aksi yang konsisten. Hal ini sejalan dengan pernyataan

Ganjar Pranowo pada saat wawancara sebagai berikut:

“Saya menampilkan diri saya apa adanya. Pencitraan itu kan, kita membangun sebuah tampilan audio visual, atau audio saja atau visual saja. Saya membangun citra, tapi satu yang harus dilakukan, *‘Hal itu kamu lakukan gak? Dan konsisten gak?’* Ini tagline saya: *Mboten Korupsi, Mboten Ngapusi*. Maka ketika saya bilang tidak korupsi dan tidak menipu, maka saya tunjukkan itu, perilaku itu. Maka ketika anda datang ke sini, dan membawa satu tas itu isinya duit, saya suruh buka dulu lalu saya usir. Pernah kejadian seperti ini, orang itu merah mukanya. Dan saya bilang sama dia, *“Kamu keluar! Kamu menghina saya.”* (Ganjar Pranowo, 2022).

- 2) Representasi harus berbanding lurus dengan realitas yang terbentuk di media sosial. Hal ini diperlihatkan pada video konten TikTok yang menampilkan sidak pembangunan sekolah. Setelah sidak dilakukan, ada tindak lanjut berupa pengecekan ulang dan memberitakan kemajuan pembangunannya. ini salah satu contoh untuk tagline *“Mboten Korupsi, Mboten Ngapusi”*. Selain itu, juga untuk kasus Wadas, pada video konten diperlihatkan langsung kegiatan menemui demonstran dan masyarakat, meminta maaf langsung atas kerugian. Sejak tahun 2022, tindak lanjut atas isu tersebut dikelola oleh Tim Udara. Hal ini dikarenakan tiga tim di Jawa Tengah tidak memiliki SDM dan waktu untuk melakukan *in-depth report* dan membuat konten lanjutan.
- 3) PR politik membutuhkan publisitas. Untuk menjadi viral, dibuatlah video konten yang sedang *“hype”* dan tema yang *up to date*, misalnya dengan

melibatkan selebritas, atau membuat video unik dengan lagu-lagi yang sedang populer. Video konten seperti ini memiliki jumlah *share* yang tinggi (viral).

Merujuk pada jenis-jenis kehumasan politik Brian McNair (2011), aktivitas PR Politik yang dilakukan oleh Ganjar Pranowo antara lain manajemen media, manajemen citra, komunikasi internal dan manajemen informasi. Berikut ini penjabaran aktivitas PR politik yang dilakukan oleh Tim Media Ganjar Pranowo:

1) Manajemen Media (*Media Management*)

Aktivitas manajemen media dilakukan dengan membina hubungan baik kepada media massa baik lokal, nasional, maupun internasional. Tim Udara Ganjar Pranowo mempersiapkan rilis media untuk seluruh aktivitas yang dilakukan Ganjar Pranowo sebagai gubernur. Rilis media berisi laporan aktivitas Ganjar Pranowo, dialog yang dilakukan, *statement* yang dikeluarkan, pernyataan-pernyataan dari pihak yang ditemui/diajak dialog, data-data yang berkaitan dan disusun memenuhi aturan dasar penulisan berita (5W+1H), juga fakta-fakta pendukung atas isu yang diangkat. Pasokan laporan peristiwa untuk pemberitaan terstruktur ini bertujuan untuk memaksimalkan peliputan media yang menguntungkan kedua belah pihak. Pihak media massa diuntungkan dengan rangkuman peristiwa yang detil sehingga memudahkan kerja para jurnalis yang membuat liputan media tentang Ganjar Pranowo. Pada sisi lain, Tim Udara Ganjar Pranowo diuntungkan dengan dapat memastikan isi pemberitaan yang ditulis oleh media massa sesuai dengan koridor yang diinginkan.

2) Manajemen citra (*Image Management*)

Motif utama manajemen citra yang dilakukan Ganjar Pranowo adalah membuat politik lebih mudah dijangkau oleh rakyat, karena politik dinilai elitis dan rumit, sehingga masyarakat enggan untuk membahasnya. Begitu pula ditujukan kepada anak mudia (generasi tahun 90an dan 2000an) yang akan menjadi pemilih pemula. Ganjar Pranowo menyebutnya dengan upaya “Merecehkan Politik”.

Konten merecehkan politik kemudian disebarluaskan melalui media sosial yang disebutkan oleh Ganjar Pranowo sebagai *e-blusukan*. Media sosial dipilih karena dapat menjangkau rakyat, tidak perlu membangun sebuah sistem yang rumit, masyarakat umum dari seluruh penjuru dunia bisa mengaksesnya langsung, dan tidak memerlukan biaya besar.

Menurut pakar politik Dr. (C) Ahmad Fadhli, strategi “merecehkan politik” dan “e-blusukan” yang dilakukan oleh Ganjar Pranowo merupakan salah satu upaya diferensiasi politik dari kandidat lain yang menggunakan media sosial khususnya TikTok.

“Menurut saya, motif dan strategi politik ini merupakan diferensiasi politik yang dilakukan oleh Ganjar Pranowo dalam melakukan kampanye di media sosial TikTok. Karena dia mau mencari sesuatu yang unik, yang membedakan Ganjar Pranowo dengan calon kandidat presiden lainnya. Khususnya kalau saya melihat yang merupakan saingan terbesar Ganjar Pranowo di TikTok ini adalah Ridwan Kamil, Gubernur Jawa Barat. Kang Emil ini punya TikTok dan dia punya strategi. Nah Ganjar Pranowo menggunakan media sosial tersebut tapi ingin memiliki diferensiasi dengan Kang Emil.” (Dr. (C) Ahmad Fadhli, Pakar Komunikasi Politik, 2022).

Ganjar Pranowo juga memerintahkan Dinas-Dinas di bawahnya untuk membuat akun media sosial. Tujuannya adalah agar kinerja dari seluruh jajaran pemerintahannya dapat langsung dipantau dan dinilai oleh masyarakat.

Masyarakat jadi mudah menjangkau pemerintah jika membutuhkan sesuatu atau hendak melaporkan sesuatu. Inilah upaya merecehkan politik melalui media sosial yang digaungkan oleh Ganjar Pranowo.

Aktivitas manajemen citra menunjang aktivitas manajemen media. Berita-berita yang disebarkan dalam rilis kepada awak media massa disertai dengan penekanan pada citra Ganjar Pranowo sebagai pribadi dan gubernur. Citra sebagai pribadi dan gubernur keduanya amat erat berkaitan.

Lingkup citra gubernur (lihat kembali Tabel 4.2), Ganjar Pranowo ditampilkan sebagai sosok yang dekat dengan rakyat, melakukan kerja nyata (dengan menampilkan aktivitas inspeksi mendadak), aktivitas keseharian, spiritual, dan prestasi pembangunan. Sedangkan untuk citra pribadi (lihat kembali Tabel 4.3) Ganjar Pranowo cenderung ditampilkan sebagai sosok yang dekat dengan keluarga, aktivitas keseharian, dan dekat dengan rakyat.

Citra dekat dengan rakyat ditampilkan dengan cara-cara Ganjar Pranowo berdialog atau menyapa rakyatnya saat melakukan kunjungan. Ganjar Pranowo juga memperlihatkan keakraban dengan tidak merasa canggung saat beristirahat di rumah warga, atau menumpang bekerja atau melakukan *zoom meeting* di sebuah warung makan, menemui para demonstran Wadas, juga saat menanggapi kritikan dari masyarakat.

Sosok sebagai gubernur yang tegas ditampakkan saat melakukan inspeksi mendadak, memeriksa proyek pembangunan atau bantuan sosial yang menjadi program provinsi agar sesuai dengan ketentuan dan kebijakan yang berlaku. Pada beberapa konten video nampak kegiatan sidak dilakukan secara spontan. Tidak

hanya berhenti di kegiatan sidak saja, Tim Media juga menampilkan video konten yang berisi keberhasilan atas tindak lanjut sidak tersebut.

3) Komunikasi Internal (*Internal Communication*)

Komunikasi internal dalam aktivitas PR Politik diperlukan agar proses pengelolaan citra (strategi perencanaan, pengorganisasian dan pengkomunikasian) dapat dikendalikan dan berlangsung aman. Tim Udara memiliki pedoman internal (SOP) yang jelas, dan semua anggota tim harus mematuhi SOP tersebut. Mereka juga bekerja secara bergiliran karena pekerjaan media sifatnya *non-stop*, 24 jam sehari, 7 hari seminggu. Tim Udara yang berbasis di Jakarta juga mendirikan *base camp* di Semarang dan menugaskan anggota tim untuk mengikuti kegiatan Ganjar Pranowo. Penugasan tim ke Jawa Tengah dilakukan secara bergiliran dengan durasi pergantian anggota sebulan sekali.

Tim Udara beranggotakan para *professional hire* yang dipekerjakan secara organik (penuh waktu). Sistem kerja paruh waktu (*freelance*) tidak diterapkan di Tim Udara, hal ini dilakukan agar tidak ada kebocoran data dan menghindari potensi penyusupan oleh pihak lain (lawan politik), karena Tim Udara memegang seluruh strategi pergerakan politik. Anggota tim juga bekerja secara anonim dan rahasia, tidak diketahui oleh siapapun bahkan oleh keluarga dan teman mereka sendiri. Meskipun bersifat anonim, struktur Tim Udara sangat jelas dan bekerja di bawah legalitas sebagai konsultan.

Sebagai upaya menjaga kerahasiaan identitas, seluruh anggota Tim Udara diwajibkan untuk menahan diri dari eksistensi di media sosial. Para anggota tim diminta untuk tidak melakukan “*up-date status*” di media sosial pribadinya

tentang apa yang sedang mereka lakukan, terutama menampilkan simbol-simbol yang berkaitan dengan Ganjar Pranowo. Anggota yang melanggar akan diberikan teguran dan sanksi. Namun, hal ini jarang terjadi karena para anggota yang diterima menjadi bagian Tim Udara telah melalui seleksi yang cukup ketat, dan dinilai memiliki komitmen yang kuat.

Pada konten media sosial, sosok “gubernur yang tegas” hendak ditampilkan seperti saat melakukan inspeksi mendadak, inspeksi proyek pembangunan, atau bantuan sosial program provinsi dengan ketentuan dan kebijakan yang berlaku. Beberapa konten video menunjukkan bahwa kegiatan sidak dilakukan secara spontan. Tidak hanya berhenti pada kegiatan sidak, Tim Udara juga menayangkan konten video yang berisi tentang keberhasilan tindak lanjut sidak.

4) Manajemen Informasi (*Information Management*)

Manajemen informasi adalah aktivitas yang dirancang untuk mengontrol dan memanipulasi aliran informasi di ruang publik. Penyebaran informasi bukan satu-satunya tujuan komunikasi. Informasi adalah sumber kekuatan, yang bila disebarluaskan secara cerdas, akan memainkan peran penting dalam mengelola opini publik.

Dalam konten akun TikTok yang dikelola Tim Udara, meski menampilkan aksi dan sisi humanis Ganjar Pranowo, terlihat adanya pengelolaan isu dan upaya penyampaian fakta untuk menangkal pemberitaan negatif di media massa. Contohnya pada kasus Wadas, Tim Udara mengirimkan anggotanya untuk melakukan kajian khusus terhadap Wadas, yang tidak dapat dilakukan oleh jurnalis media massa karena keterbatasan waktu liputan. Anggota Tim Udara

bertugas untuk menemukan pokok permasalahan di lapangan, bagaimana upaya penyelesaian yang dilakukan, perkembangan konflik, dan informasi penting lainnya. Informasi tersebut kemudian diolah menjadi beberapa output, seperti rilis untuk media massa, dan ada pula yang diolah dan dikemas menjadi konten untuk disebarluaskan di media sosial dan berusaha untuk viral.

Penerbitan rilis untuk media massa juga menjadi salah satu strategi manajemen informasi yang dilakukan oleh Tim Udara. Tim Udara meyakini hubungan yang harus tercipta antara Ganjar Pranowo dan media massa adalah hubungan yang saling menguntungkan. Media membutuhkan Ganjar Pranowo sebagai tokoh pembuat berita (*news maker*) dan Ganjar Pranowo membutuhkan media sebagai saluran publisitas dirinya. Tim Udara memanfaatkan *bad news* sebagai peluang menjadi *good news* dengan membuat laporan mendalam (*in-depth report*). Laporan mendalam dilakukan oleh anggota Tim Udara yang dikirimkan khusus untuk mencari pokok permasalahan di lapangan, bagaimana penyelesaiannya, dan sejauh mana prosesnya. Hasil *in-depth report* tersebut dibuat dalam bentuk rilis dan diberikan kepada media massa.

Rilis yang diterbitkan berupa laporan secara keseluruhan siapa saja yang diwawancarai, apa saja yang dibicarakan, fakta-fakta yang ditemukan. Sehingga wartawan media massa bisa membuat berita dengan sumber data dari rilis tersebut, karena seluruh fakta dan nara sumber jelas tercatat. Dari strategi penerbitan rilis ini, Tim Udara bisa memastikan bahwa berita yang ditulis oleh media massa tidak akan keluar dari koridor rilis, dan menghindari pemelintiran berita. Tidak hanya

untuk media massa, rilis juga diberikan kepada Tim Media Sosial Ganjar Pranowo yang mengelola akun *official*.

3. Strategi *Storytelling* Ganjar Pranowo dalam Akun TikTok

Citra politik dibentuk dengan tahapan produksi, seleksi, dan distribusi citra visual. Pemaknaan pesan terhadap video konten terpilih di akun TikTok @ganjarpranowofc dilakukan dengan analisis semiotika terhadap visualisasi video, teks pada video, caption video, dan lagu yang ditampilkan.

Dari hasil analisis tersebut, video konten yang diunggah pada akun tersebut adalah salah satu strategi dalam membentuk citra politik Ganjar Pranowo. Pesan-pesan pada video dikemas sedemikian rupa untuk menampilkan persona Ganjar Pranowo yang dekat dengan rakyat, melakukan kerja nyata, keseimbangan kehidupan dunia dengan spiritual, menunjukkan empati sosial, ramah pada isu keberagaman-anak-perempuan, serta responsif terhadap isu-isu yang *up to date*.

Pada video-video yang diunggah juga memperlihatkan sosok Ganjar Pranowo yang sangat menikmati pekerjaannya sebagai gubernur yang melayani masyarakat.

Sebagaimana yang telah dilakukan Liebhart & Bernhardt (2017) dalam penelitiannya, dari video konten yang dianalisis dalam artikel ini ditemukan strategi diari visual dalam politik citra akun @ganjarpranowofc sebagai berikut:

1) Strategi biografi: Ganjar Pranowo menggunakan latar belakang kualitas personal, kompetensi, dan pengalamannya. Ganjar Pranowo memperlihatkan masa lalunya dengan menampilkan foto-foto semasa kecil, remaja, dan kuliah. Ganjar Pranowo juga memperlihatkan rasa hormatnya kepada leluhur yang menginspirasi

persona dirinya saat ini, seperti berziarah ke makam leluhur keluarga, serta napak tilas Presiden Soekarno dan Gus Dur. Motif ini digunakan juga untuk membentuk opini publik bahwa sosok dan pemikiran Soekarno sangat melekat pada diri Ganjar Pranowo sebagai seorang Soekarno-ist.

2) Strategi petahana: pada video konten di akun tersebut, Ganjar Pranowo menunjukkan kompetensi dirinya dalam menjalankan roda pemerintahan di Jawa Tengah selama dua periode. Ia berupaya menunjukkan kerja nyata dengan melakukan sidak, rapat, konfirmasi, dan dialog dengan masyarakat serta jajaran pelaksana pemerintahan. Ia juga menunjukkan keberhasilan pembangunan di Jawa Tengah.

3) Strategi Ketua KAGAMA: Ganjar Pranowo memanfaatkan statusnya sebagai Ketua KAGAMA untuk memperkenalkan dan mendekatkan diri dengan audiens di luar Jawa Tengah. Penggunaan atribut Ketua KAGAMA ini dianggap bersifat netral dan dapat melintasi zona wilayah kerjanya.