

SKRIPSI

**ANALISIS CITRA POLITIK DALAM POSTINGAN INSTAGRAM GANJAR
PRANOWO SEBAGAI KANDIDAT CAPRES 2024**



OLEH :

UCI SYARIF

NIM: 19.3100.021

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2025 M/1446 H

**ANALISIS CITRA POLITIK DALAM POSTINGAN INSTAGRAM GANJAR
PRANOWO SEBAGAI KANDIDAT CAPRES 2024**



OLEH

UCI SYARIF

NIM: 19.3100.021

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S. Sos.)
Pada Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab
Dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2025 M/1446 H

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Citra Politik dalam Postingan Instagram
Ganjar Pranowo sebagai Kandidat Capres 2024

Nama Mahasiswa : Uci Syarif

NIM : 19. 3100. 021

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, adab dan dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas
Ushuluddin Adab dan Dakwah No. B-
1862/In.39/FUAD.03/PP.00.9/09/2023.

Disetujui Oleh :

Pembimbing Utama : Nurhakki, S. Sos., M.Si. (.....)

NIP : 19770616 2009122001

Pembimbing Pendamping : Nahrul Hayat, M.I.Kom. (.....)

NIP : 199011302018011001

Mengetahui :

Dekan,
Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah

Dr. A. Nurkidam, M.Hum.
NIP. 196412311992031045

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Analisis Citra Politik dalam Postingan Instagram
Ganjar Pranowo sebagai Kandidat Capres 2024

Nama Mahasiswa : Uci Syarif

NIM : 19. 3100. 021

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, adab dan dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas
Ushuluddin Adab dan Dakwah No. B-
1862/In.39/FUAD.03/PP.00.9/09/2023.

Tanggal Kelulusan : 24 Januari 2025

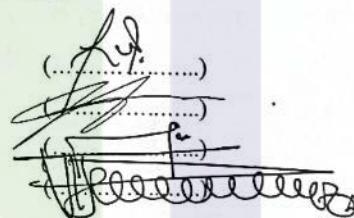
Disahkan oleh Komisi Penguji :

Nurhakki, S. Sos., M.Si. (Ketua)

Nahrul Hayat, M.I.Kom. (Sekertaris)

Dr. Muhammad Qadaruddin, M. Sos. I. (Anggota)

Dr. Iskandar, S. Ag., M. Sos. I. (Anggota)



Mengetahui :

Dekan,
Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah



Dr. A. Nurkidam, M.Hum.
NIP. 196412311992031045

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alahmdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah swt. barakat rahmat, hidayah, dan karunia – Nya sehinggalah penulis dapat diberikan kemudahan dan kelancaran dalam penyelesaian penelitian skripsi ini, sebagai syarat menyelesaikan program pendidikan pada jenjang Strata 1 (S1) Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Shalawat dan salam senantiasa penulis hanturkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad saw. sebagai Uawatun Hasanah yang telah membawa umatnya dari kegelapan menuju risalah cahaya kebenaran.

Penulis sangat bersyukur atas segala hasil yang tertuang pada penelitian skripsi ini dan penulis sangat menyadari hasil penelitian ini tentu jauh dari kata sempurna, karena kesempurnaan hanya milik Allah swt. tanpa bimbingan, bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, penulis tidak akan mencapai titik ini. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan banyak berterima kasih karena diberikan kepercayaan untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini dan menyampaikan penghargaan yang tulus kepada :

1. Allah swt. atas izinnya maka penelitian skripsi ini dapat selesai pada waktunya.
2. Bapak Prof. Dr. Hannani, MA. selaku Rektor IAIN Parepare yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu dan sangat berperan penting dalam mengharukan nama baik kampus IAIN Parepare.
3. Bapak Dr. A. Nurkidam., M. Hum. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, menjalankan amanah sebaik – baiknya dan penuh tanggung jawab sehingga menciptakan suasana proses akademik yang lebih baik, nyaman dan kondusif di lingkungan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah.
4. Ibu Nurhakki, S. Sos., M. Si. selaku Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, bertanggung jawab mengelola dan mengembangkan program studi

menjadi sangat baik serta berbagi ilmu dan wawasan kepada penulis dan teman – teman seperjuangan KPI 19 selama masa perkuliahan.

5. Bapak Afidatul Asmar, M. Sos. selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah memotivasi, mebantu dan membimbing persoalan – persoalan akademik yang penulis hadapi selama masa perkuliahan.
6. Ibu Nurhakki, S. Sos., M. Si. dan Nahrul Hayat, M.I.Kom. selaku dosen pembimbing penelitian skripsi penulis, yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk meberikan bimbingan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini.
7. Seluruh dosen Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah yang telah membimbing dan mengajar mata kuliah dengan penuh keikhlasan. Semoga keikhlasan bapak/ibu dibalas oleh Allah swt. dangan hal – hal yang jauh lebih baik.
8. Pihak akademik dan perpustakaan IAIN Parepare yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama masa perkuliahan. Khusus bapak Sunandar, S. pd. I., MA Kepala Sub Bagian Administrasi, penulis mengucapkan banyak terima kasih karena meminjamkan laptopnya, untuk membantu jalannya proses seminar proposal penulis (24 Juni 2024) yang sempat terkendala akibat mengalami gangguan teknis.
9. Keluarga besar penulis, terutama kedua orang tua yang menjadi alasan penulis masih tetap semangat menyelesaikan perkuliahaan di IAIN Parepare.
10. Bestie – bestie tercinta penulis. Icha, Murna, Hajar, Devi dan Sakina yang penulis anggap seperti saudara sendiri, terima kasih telah membersamai penulis selama perkuliahan dan tak henti – hentinya menjadi penyemangat dalam proses penelitian skripsi penulis.
11. Rekan – rekan seperjuangan KPI19, atas kebersamaan, dukungan dan kerjasamanya.

Semoga penelitian skripsi penulis dapat memberikan pencerahan dan manfaat bagi pembaca lainnya. Segala saran yang sifatnya konstruktif demi penyempurnaan penelitian skripsi ini In Syaa Allah akan diterima penulis dengan senang hati.

Parepare, 17 Januari 2025
17 Rajab 1446 H

Penulis



Uci Syarif
NIM. 19.3100.021



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Uci Syarif
NIM : 19. 3100. 021
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Judul Skripsi : Analisis Citra Politik dalam Postingan Instagram
Ganjar Pranowo sebagai Kandidat Capres 2024

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi ini benar – benar merupakan hasil karya sendiri, kecuali pendapat atau temuan karya orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan norma – norma pedoman karya tulis ilmiah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan aturan yang berlaku.

Parepare, 17 Januari 2025

17 Rajab 1446 H

Penulis



Uci Syarif

NIM. 19.3100.021

ABSTRAK

Uci Syarif. *Analisis Citra Politik dalam Postingan Instagram Ganjar Pranowo sebagai Kandidat Capres 2024.* (dibimbing oleh Nurhakki dan Nahrul Hayat)

Citra politik adalah persepsi atau penilaian masyarakat terhadap seorang pemimpin politik. Ganjar Pranowo merupakan salah satu kandidat calon presiden 2024 yang sangat aktif menggunakan media sosial khususnya *instagram*. Penelitian ini bertujuan untuk menginterpretasikan *personal branding* dalam membangun citra politik Ganjar Pranowo pada pilpres 2024 di *instagram* pribadinya yang memiliki pengikut mencapai 6,6 juta *follower* dilihat dari citra spesialisasi, citra kepemimpinan dan citra kepribadian dengan menggunakan metode analisis isi (*content analysis*) model Semiotika Roland Barthes.

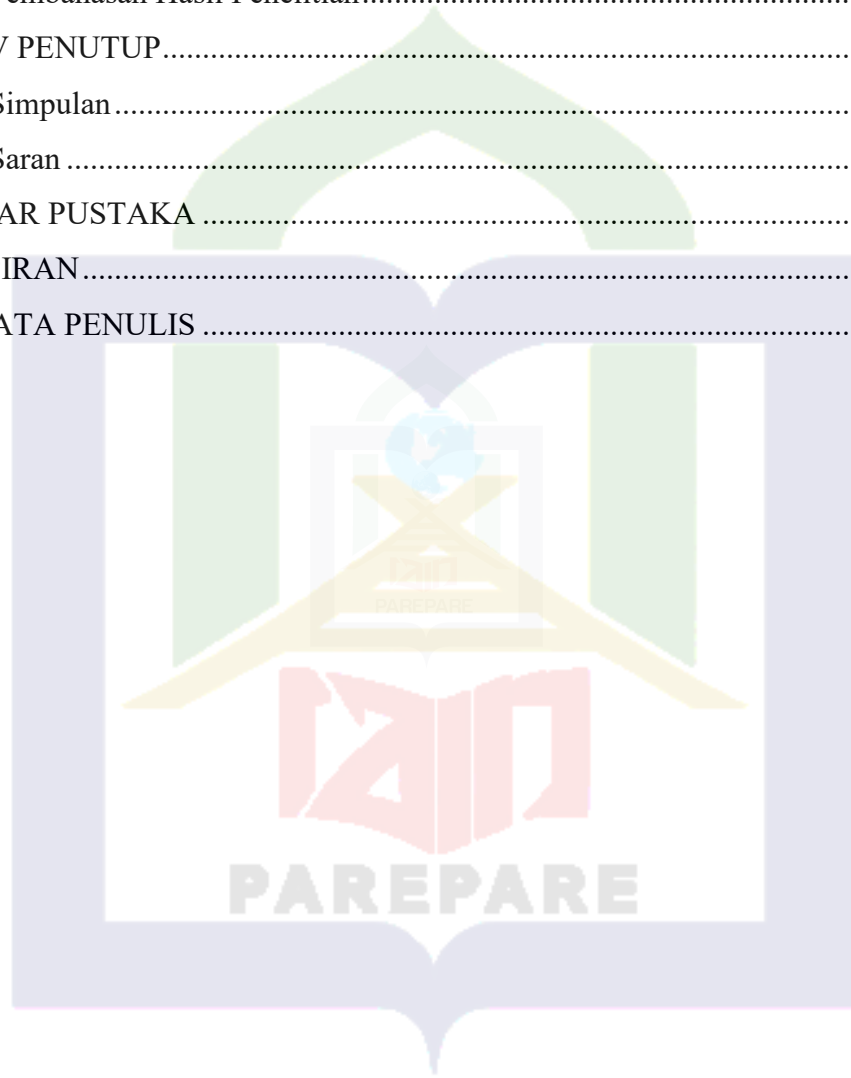
Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra politik yang ingin dibangun Ganjar Pranowo dari tiga konsep *personal branding* yaitu: 1. Citra spesialisasi, sebagai sosok pemimpin yang merakyat dan demokratis, yang memiliki kemampuan untuk membangun kepercayaan, kesadaran, dan kepedulian masyarakat. 2. Citra kepemimpinan, menunjukkan karakteristik kepemimpinan sebagai seorang pemimpin yang inspiratif, visioner, adaptif dan berintegritas. 3. Citra kepribadian, sebagai sosok pemimpin dengan autentisitas yang kuat melalui penampilannya yang sederhana, optimis, empati dan bertanggung jawab terhadap kebutuhan rakyat.

Kata Kunci : Citra Politik; *Personal Branding*; Ganjar Pranowo; *Instagram*; Semiotika Roland Barthes.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	8
B. Tinjauan Teori	11
C. Kerangka Konseptual.....	21
D. Kerangka Pikir.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	30
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	30
C. Fokus Penelitian.....	31
D. Jenis dan Sumber Data	31
E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data	33

F. Uji Keabsahan Data.....	34
G. Teknik Analisis Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
A. Hasil Penelitian.....	37
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	74
BAB V PENUTUP.....	86
A. Simpulan	86
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	I
LAMPIRAN.....	V
BIODATA PENULIS	XI



DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
2.1	Diagram Tanda Roland Barthes	18
2.2	Data Primer	34



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Profil <i>Instagram</i> Ganjar Pranowo	26
2.2	Bagan Kerangka Pikir	28
4.1	Profil Instagram Ganjar Pranowo	39
4.2	Postingan pada 03 Januari 2024	42
4.3	Postingan pada 28 November 2023	44
4.4	Postingan pada 18 Desember 2023	46
4.5	Postingan pada 18 Januari 2024	47
4.6	Postingan pada 02 Februari 2024	49
4.7	Postingan pada 29 November 2023	51
4.8	Postingan pada 07 Desember 2023	53
4.9	Postingan pada 06 Februari 2024	55
4.10	Postingan pada 29 Desember 2023	56
4.11	Postingan pada 02 Januari 2024	58

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul Lampiran	Halaman
1.	Lampiran I : Administrasi Penelitian	VIII
2.	Lampiran Ii : Data Dokumentasi	XII



PEDOMAN TRANSLITERASI

a. Transliterasi

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>Alif</i>	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	<i>Ba</i>	B	Be
ت	<i>Ta</i>	T	Te
ث	<i>Ṣa</i>	Ṣ	Es (dengan titik diatas)
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Ḥa</i>	Ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	<i>Kha</i>	Kh	Ka dan Ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Dhal</i>	Dh	De dan Ha
ر	<i>Ra</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sin</i>	N	Es
ش	<i>Syin</i>	Sy	Es dan Ye
ص	<i>Ṣad</i>	Ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	<i>Ḍad</i>	Ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	<i>Ṭa</i>	Ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	<i>Ẓa</i>	Ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	<i>Ain</i>	N' _	Koma Terbalik Keatas

غ	<i>Gain</i>	G	Ge
ف	<i>Fa</i>	F	Ef
ق	<i>Qof</i>	Q	Qi
ك	<i>Kaf</i>	K	Ka
ل	<i>Lam</i>	L	El
م	<i>Mim</i>	M	Em
ن	<i>Nun</i>	N	En
و	<i>Wau</i>	W	We
ه	<i>Ha</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	—'	Apostrof
ي	<i>Ya</i>	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak diawal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak ditengah atau diakhir, maka ditulis dengan tanda (')

2. Vokal

Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Fathah	A	A
إ	Kasrah	I	I
أ	Dammah	U	U

Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَي	<i>Fathah dan Ya</i>	Ai	a dan i
أَوْ	<i>Fathah dan Wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

حَوْلَ : *haula*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
آ/أِي	<i>Fathah dan Alif</i> atau <i>Ya</i>	Ā	a dan garis diatas
إِي	<i>Kasrah dan Ya</i>	Ī	i dan garis diatas
وُ	<i>Dammah dan Wau</i>	Ū	u dan garis diatas

Contoh:

مَاتَ : *Māta*

رَمَى : *Ramā*

قِيلَ : *Qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t]
- Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *Raudah al-jannah* atau *Raudatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *Al-madīnah al-fādilah* atau *Al-madīnatul fādilah*

الْحِكْمَةُ : *Al-hikmah*

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *Al-Haqq*

الْحَجُّ : *Al-Hajj*

نُعِم : *Nu'ima*

عَدُو : *'Aduwwun*

Jika huruf ى bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (يَ), maka ia transliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

عَلِيٌّ : 'Ali (bukan 'Alyy atau 'Aly)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (alif lam ma'rifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasikan seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contoh:

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalāh* (bukan *az-zalzalāh*)

الْفَلَسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-biladu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta’muruna*

النَّوْءُ : *al-nau’*

سَيِّئٌ : *syai’un*

أَمِرْتُ : *umirtu*

8. Kata arab yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur’an* (dar *Qur’an*), *Sunnah*.

Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fi zilal al-qur’an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibarat bi ‘umum al-lafz la bi khusus al-sabab

9. Lafz al-jalalah (الله)

Kata”Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilahi* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِينُ اللَّهِ *dinullah* بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fi rahmatillah*

10. Huruf capital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan kepada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

Wa ma Muhammadun illa rasul

Inna awwala baitin wudi'a linnasi lalladhi bi Bakkata mubarakan

Syahru Ramadan al-ladhi unzila fih al-Qur'an

Nasir al-Din al-Tusi

Abu Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abu* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abu al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: *Ibnu Rusyd*, *Abu al-Walid Muhammad* (bukan: *Rusyd*, *Abu al-Walid Muhammad Ibnu*)

Nasr Hamid Abu Zaid, ditulis menjadi *Abu Zaid*, *Nasr Hamid* (bukan: *Zaid*, *Nasr Hamid Abu*)

1. Singkatan

Beberapa singkatan yang di bakukan adalah:

Swt	=	<i>subhanahu wa ta 'ala</i>
Saw	=	<i>sallallahu 'alaihi wa sallam</i>
a.s	=	<i>'alaihi al-sallam</i>
H	=	Hijriah

M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir Tahun
w.	=	Wafat Tahun
QS../...: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab

ص	=	صفحة
دم	=	بدون مكان
صلعم	=	صلى الله عليه وسلم
ط	=	طبعة
دن	=	بدون نا
الخ	=	إلى آخرها/إلى آخره
ج	=	جزء

beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu di jelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

<i>ed.</i>	:	editor (atau, eds. [kata dari editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa indonesia kata”edotor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
<i>et al.</i>	:	“dan lain-lain” atau” dan kawan-kawan” (singkatan dari et alia). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk.(“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

<i>Cet.</i>	:	Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
<i>Terj</i>	:	Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya
<i>Vol.</i>	:	Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan juz.
<i>No.</i>	:	Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Citra politik merupakan salah satu bagian dari tujuan komunikasi politik yang dilakukan secara persuasi untuk memperluas jangkauan harapa antara kandidat dengan pemilih. Sangat penting bagi setiap kandidat untuk membangun citra politik sebagai kesempatan untuk memperkenalkan diri dan menciptakan stabilitas sosial dengan memenuhi tuntutan rakyat sebagai pemimpin yang ideal.

Informasi yang diterima secara langsung dan melalui media politik membentuk citra politik. Citra politik mengacu pada bagaimana masyarakat melihat seorang politisi atau kandidat melalui berbagai cara, seperti media sosial, dan tindakan politik mereka sendiri, seperti cara memimpin, keperibadian dan keunikan yang dimiliki. Berbagai hal, seperti skandal politik, kegagalan memenuhi janji kampanye, dan kritik negatif media, dapat mempengaruhi citra politik.

Menjadi teladan masyarakat dengan melakukan kebaikan, bersikap adil dan menjunjung tinggi kepentingan rakyat merupakan kriteria pemimpin yang ideal. Calon pemimpin yang memenuhi kriteria ini melakukan usaha luar biasa dengan penuh dedikasi dan perjuangan. Hal ini sejalan dengan sabda Rasulullah S.a.w yang menjelaskan ciri – ciri pemimpin ideal:

عَنْ عَوْفِ بْنِ مَالِكٍ، عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: خِيَارُ أُمَّتِكُمُ الَّذِينَ تُحِبُّونَهُمْ وَيُحِبُّونَكُمْ،
عَوِّضَلُون لِيكُمْ وَتُصَلُّونَ عَلَيْهِمْ (رواه مسلم)

Terjemahan :

“Dari Auf bin Malik r.a., Rasulullah s.a.w. bersabda: “Sebaik-baik pemimpinmu adalah pemimpin yang kamu cintai dan ia mencintaimu, kamu berdo’a untuk kesejahteraan mereka dan mereka juga berdo’a bagi kesejahteraanmu”.
(HR. Muslim, No: 1855).

Hadists tersebut menekankan pentingnya kepemimpinan yang bertanggung jawab dan melindungi kepentingan rakyat. Seorang pemimpin harus menjadi perisai bagi rakyatnya, menjadikan perlindungan, keamanan dan kesejahteraan. Citra politik calon pemimpin harus mencerminkan komitmen ini, menunjukkan integritas, kejujuran dan akuntabilitas. Dengan demikian, pemimpin dapat membangun kepercayaan publik dan mencapai kepemimpinan ideal.

Calon pemimpin yang mencintai rakyatnya, pasti bersikap adil dan menegakkan hukum yang berlaku. Ia bersikap arif dan bijaksana dalam memerintah dan mengutamakan kepentingan masyarakat. Pemimpin yang mencintai rakyatnya maka rakyatnya pun mencintai mereka dengan tulus dan selalu mendukung program serta kegiatan yang diterapkan dalam pemerintahannya, seperti pemilihan presiden (Pilpres) 2024 merupakan momen penting dalam perjalanan demokrasi Indonesia. Para kandidat memanfaatkan kemajuan teknologi sebaik mungkin sebagai wadah untuk dapat membangun citra politik yang positif dimata masyarakat seperti pada pemilu 2014, media sosial menjadi alat komunikasi yang ampuh untuk memperkenalkan kandidat, program kerja, dan target atau tujuan kerja.¹

Para kandidat, mencerminkan dirinya sebagai politisi yang dekat dengan rakyat melalui interaksi dengan pengguna media sosial untuk mendengarkan aspirasi mereka, dalam konteks politik era digital, seni membangun citra politik disebut dengan membangun *personal branding*. *Personal branding* adalah suatu proses membangun dan mengolah citra atau reputasi dari seseorang.² Seorang kandidat dapat menciptakan kesan dirinya yang ingin dirasakan oleh masyarakat melalui *personal branding*, yang menampilkan karakter, kemampuan, dan keunikannya menjadi sebuah identitas.

¹ Umaimah Wahid, *Komunikasi Politik Teori, Konsep, dan Aplikasi pada Era Media Baru*, (Bandung: Simbiosis Retakatama Media, 2016), h. 97

² UMSIDA, *Personal Branding*, <https://ikom.umsida.ac.id/personal-branding-pengertian-manfaat-cara-membangun/> (10 Juli 2024)

Personal branding berpengaruh signifikan terhadap reputasi, sebab reputasi terkait dengan citra politik seseorang. Reputasi seseorang didasarkan pada citra dirinya yang dilihat orang lain, sedangkan citra adalah penilaian tindakan, perilaku, dan interaksi seseorang. Dengan kata lain, reputasi seseorang didasarkan pada citra dirinya yang dilihat orang lain, yang berdampak pada cara berpikir mereka. *Personal branding* adalah salah satu cara strategis membangun citra politik untuk mempengaruhi pemilih dalam pemilihan pemimpin, karena reputasi yang baik membuat kandidat mendapatkan kepercayaan dan mendapatkan dukungan pemilih. Jadi, *Personal branding* bertujuan menciptakan identitas unik, sedangkan citra merupakan refleksi dari identitas tersebut.

Kandidat menghadapi situasi yang dapat menguntungkan reputasinya atau sebaliknya, mengingat ketersediaan dan penyebaran informasi yang cepat di media sosial. Para kandidat memiliki kemampuan untuk segera memberikan pernyataan dan klarifikasi terkait masalah yang menarik perhatian publik. Di sisi lain, masalah yang berkaitan dengan kandidat dapat berdampak negatif jika tersebar luas di media sosial dan menjadi viral. Kandidat tersebut dapat mengontrol persepsi masyarakat terhadap dirinya melalui klarifikasi yang tepat dan cepat. Jika tidak dilakukan dengan baik, hal itu dapat berdampak negatif pada reputasi seorang kandidat.

Banyak politisi, terutama kandidat presiden 2024, menggunakan media sosial saat ini. *Instagram* adalah salah satu *platform* media sosial yang paling populer di Indonesia, dengan menempati urutan kedua dengan 85,3% pengguna, menurut data yang dirilis oleh *We Are Social*.³ *Instagram* memiliki kemampuan untuk membangun citra politik melalui *personal branding* yang efektif di mata masyarakat, berdasarkan banyaknya penggunaannya.

Melalui *Instagram*, para kandidat, termasuk Ganjar Pranowo, dapat membangun citra politik kepada masyarakat. Sejak Oktober 2015, Ganjar

³ We Are Social, Digital 2024: 5 Billion Social Media User (Jakarta: PT We Are Social Indonesia, 2008 - 2024)

Pranowo aktif menggunakan akun *Instagram*nya, ia telah memposting 8.162 postingan dan memiliki 6,6 juta pengikut. Selama karir politiknya, Ganjar Pranowo aktif berbagi aktivitasnya di media sosial, baik yang berhubungan dengan politik maupun kehidupan sehari-harinya. Ia berpendapat bahwa memanfaatkan akun media sosial sebagai wadah komunikasi politik merupakan tindakan yang tepat. Selain murah, pesan politik dapat langsung disampaikan kepada jutaan orang dengan cepat tanpa perlu mengumpulkan semua orang sekalipun.⁴ Hal ini dapat dilihat dari fakta bahwa dia memiliki jumlah postingan *Instagram* yang jauh lebih besar dibandingkan dengan kandidat lainnya. Prabowo memiliki 1.347 postingan di *Instagram* mulai September 2013, sedangkan Anis memiliki 5.528 postingan di *Instagram* mulai Agustus 2015. Ganjar Pranowo sangat aktif menggunakan *platform* media sosial lainnya untuk membangun citra politik, seperti *tiktok*, *youtube*, *facebook*, dan *twitter*, selain *Instagram*.

Selama menjabat sebagai Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Pranowo dikenal sebagai politisi yang komunikatif dan dekat dengan rakyat melalui media sosial. Namun, di tengah popularitasnya, Ganjar Pranowo telah menghadapi beberapa masalah *controversial*, salah satunya adalah pernyataannya pada *podcast* Deddy Corbuzier pada tahun 2019 yang kembali viral setelah ia ditetapkan sebagai kandidat capres 2024, ia mengaku pernah menonton film pornografi dan mengatakan bahwa menonton film pornografi adalah sesuatu yang wajar untuk orang dewasa, karena pengakuan tersebut dianggap tidak etis disampaikan sebagai seorang politisi, warganet menanggapi dengan negatif.

Pada masa kampanye, Ganjar Pranowo juga mengungkapkan bahwa ada pihak yang menggunakan kampanye hitam, "*black campaigning*", untuk menjatuhkan dirinya dengan tuduhan bahwa ia akan menghentikan bantuan sosial (Bansos) dan bantuan langsung tunai (BLT), jika terpilih menjadi presiden pada tahun 2024, Namun isu tersebut segera dibantah dan memastikan program baik

⁴HUMAS JATENG,Detail Berita Gubernur,https://humas.jatengprov.go.id/detail_berita_gubernur?id=2035 (27 Mei 2024)

dan bermanfaat untuk rakyat tidak hanya pasti diteruskan tapi akan tambah dan disempurnakan. Pernyataan itu diunggah di *instagramnya* pada tanggal 31 Desember 2023.

Terlepas dari kenyataan bahwa citra Ganjar Pranowo tercoreng, kesan yang dibangun melalui isu-isu tersebut seolah-olah akan menunjukkan Ganjar Pranowo sebagai orang yang menerima kritik negatif dari masyarakat. Ia berusaha membersihkan nama baiknya dengan memberikan klarifikasi dan bukti nyata melalui media sosialnya. Berdasarkan peristiwa-peristiwa ini, Ganjar Pranowo semakin terkenal dan populer sebagai calon presiden 2024 karena pernyataan dan isu negatif mengenai dirinya. Upayah Ganjar Pranowo semakin masif membangun citra politik yang positif dimedia sosial khususnya *Instagram*.

Melalui media sosial Ganjar Pranowo menggunakan *personal branding* untuk membangun citra politik dan ciri khas tersendiri untuk mempengaruhi masyarakat agar memiliki persepsi dan pandangan yang positif terhadapnya.

Ganjar Pranowo adalah kandidat capres 2024 yang cukup banyak diperbincangkan, juga menarik perhatian peneliti mengingat Ganjar Pranowo sebagai kandidat capres 2024 dengan jumlah postingan media sosial terbanyak dibanding dengan kandidat lainnya.

Berdasarkan dari uraian latar belakang melihat fenomena yang terjadi, tujuan penelitian ini, adalah untuk menginterpretasikan *personal branding* dalam membangun citra politik Ganjar Pranowo pada pilpres 2024 di *instagram* pribadinya berdasarkan beberapa faktor pembentukan *personal branding* menurut Peter Montoya (2002) sebagaimana dikutip oleh Farah Isabella Nur Fakhri (2021) digunakan sebagai landasan dalam merepresentasikan bagaimana *personal branding* Ganjar Pranowo yang dibangun dalam media sosial *instagram*, yaitu:

Spesialisasi (*The Law of Specialization*), Kepemimpinan (*The Law of Leadership*), dan Kepribadian (*The Law of Personality*)⁵

Penelitian ini, didasarkan pada analisis isi (*content analysis*) dengan meodel Semiotika Roland Barthes dalam pembentukan *personal branding* untuk membangun citra politik Ganjar Pranowo pada pilpres 2024 di *instagram*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang bagaimana politisi menggunakan media sosial untuk membangun citra politik. Dengan demikian, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Analisis Citra Politik dalam Postingan Instagram Ganjar Pranowo sebagai Kandidat Capres 2024”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan analisis latar belakang, rumusan masalah penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

Bagaimana *personal branding* dalam membangun citra politik Ganjar Pranowo pada pilpres 2024 di *instagram*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan penelitian, tujuan penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

Untuk menginterpretasikan *personal branding* dalam membangun citra politik Ganjar Pranowo pada pilpres 2024 di *instagram*.

D. Kegunaan Penelitian

Analisis mendalam terhadap latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian menghasilkan kegunaan teoritis dan praktis yaitu :

a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat akademis, dapat memperkaya pemahaman tentang bagaimana politisi menggunakan media

⁵ Farah Isabella Nur Fakhri, et al., eds. “Pembentukan Personal Branding @jharabagwani sebagai Beauty Influencer melalui Tiktok.” Jurnal ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi MEDIUM, 2021.

sosial untuk membangun citra politik. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan teori semiotika dalam konteks komunikasi politik. Penelitian ini dapat memperluas pemahaman tentang *personal branding* untuk membangun citra politik dalam konteks politik dan diharapkan akan memberikan dasar bagi para peneliti lain untuk melakukan penelitian serupa khususnya pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam di Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

b. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan meningkatkan pemahaman tentang strategi citra politik melalui media sosial, meningkatkan kemampuan dan memberikan wawasan tentang peran analisis semiotika dalam penelitian komunikasi politik, dan diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang keberagaman strategi citra politik di media sosial, khususnya pada saat mendekati musim pemilihan umum agar bermanfaat bagi masyarakat untuk dapat lebih berfikir kritis dalam menentukan pilihan dalam menggunakan hak pilihnya pada saat pemilihan umum serta penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman tentang bagaimana politisi mengkonstruksi dirinya melalui media sosial, khususnya *instagram*

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1. Tinjauan Penelitian Relevan

Dengan melakukan langkah ini, peneliti menemukan beberapa penelitian relevan terkait dengan penelitian ini. Merujuk pada hasil penelitian sebelumnya mengenai analisis citra politik di media sosial antara lain:

Pertama, penelitian terdahulu dengan judul “Citra Politik Prabowo – Sandi dalam Pemilihan Presiden (Pilpres) 2019 di Akun Media Sosial *Instagram*” disusun oleh Muttaqin, Putri Maulina dan Said Fadhlain, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Teuku Umar pada tahun 2020.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dalam paradigma interpretatif dan menganalisis Analisis Semiotika Charles Peirce untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang makna citra politik yang dijelaskan di Instagram @indonesiaadilmakmur dan konsep *political branding*, dengan penekanan khusus pada faktor-faktor berikut: penampilan, kepribadian, dan pesan kunci pasangan politik Prabowo - Sandi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *branding* Prabowo-Sandi dibentuk oleh tiga indikator politik: Penampilan, Kepribadian, dan Pesan Kunci Politik. Mereka digambarkan sebagai orang yang religius, tegas, keras, patriot, tenang, berintegritas, cerdas, dan dekat dengan masyarakat.⁶

Perbedaan mendasar pada penelitian sebelumnya terhadap penelitian saat ini, dapat dilihat dari teori penelitiannya sebagaimana penelitian sebelumnya menggunakan teori analisis Semiotika Charles Peirce yang dikenal dengan teori segitiga makna, sedangkan pada penelitian ini menggunakan teori analisis Semiotika Roland Barthes dan teori *Personal Branding* Peter Montoya. Perbedaan berikutnya terletak pada objek penelitiannya. Jika penelitian

⁶ Muttaqim, *et al., eds.*, ‘Citra Politik Prabowo – Sandi dalam Pemilihan Presiden (Pilpres) 2019 di Akun Media Sosial Instagram’, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Teuku Umar, 2020.

sebelumnya melihat akun resmi relawan Prabowo – Sandi bernama @indonesiaadilmakmur sedangkan pada penelitian ini melihat akun pribadi milik Ganjar Pranowo bernama @ganjar_pranowo. Penelitian terdahulu memiliki keterkaitan dengan judul pada penelitian kali ini yaitu mempunyai kesamaan dalam pengambilan tema tentang politik dimana masing – masing bertema pilpres dan citra politik serta keduanya sama – sama menganalisis pada akun sosial media *instagram*.

Kedua, penelitian terdahulu yaitu dengan judul “*Positioning* Politik Kampanye Pemilihan Presiden 2014 dalam Iklan Video Musik *Youtube*” disusun oleh Nahrul Hayat dan Hasrullah, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Pascasarjana Universitas Hasanuddin pada tahun 2016.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi makna yang ada dalam iklan video musik *Youtube* kampanye pemilihan presiden Indonesia 2014. Selain itu, penelitian ini menjelaskan bagaimana iklan tersebut menciptakan *positioning* politik dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, baik melalui pengamatan langsung objek maupun penelitian literatur serta metode penelitian ini menggunakan analisis Semiotika Roland Barthes menggunakan dua sistem penanda, denotasi dan konotasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua pasangan kandidat adalah yang paling cocok untuk memimpin indonesia dan menunjukkan bahwa *positioning* politik Prabowo adalah sebagai calon presiden yang memiliki citra diri tegas, pemberani, disegani dan disukai; berasal dari militer dan memiliki gaya memimpin formal - prosedural; dan berideologi militeristik nasionalisme. Disisi lain, *positioning* politik Jokowi adalah sebagai presiden yang memiliki citra diri jujur, merakyat dan disukai; berasal dari lingkungan sipil dengan gaya pemimpin

yang tidak formal dan spontan; serta memiliki ideologi sosialisme yang dominan, demokratis.⁷

Penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya dalam hal media objek, yang bergeser dari analisis *positioning* di *Youtube* ke analisis citra politik di *Instagram*. Meskipun demikian, keduanya memiliki kesamaan dalam metode penelitian, yaitu semiotika Roland Barthes.

Ketiga, penelitian terdahulu terkait dengan citra politik dalam media yaitu dengan judul “Analisis Aktivitas Pembentukan Citra Politik Hary Tanoesoedibjo (Studi Semiotika Peirce pada Iklan TV Perindo “Mars Perindo Versi 2”)” disusun oleh Ariviyanti Chintya Betari dan Nurfebiaraning Sylvie, Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom pada tahun 2017.

Penelitian ini menggunakan teori Semiotika Charles Sanders Peirce sebagai dasar dan menggunakan pendekatan kualitatif bersama dengan paradigma konstruktivis untuk menyelidiki bagaimana citra politik Hary Tanoesoedibjo ditampilkan dalam iklan televisi Perindo versi Mars Perindo. Penelitian menunjukkan bahwa pencitraan politik Hary Tanoesoedibjo dalam iklan tersebut digambarkan sebagai seorang politisi yang kharismatik yang memperhatikan generasi muda dan peduli dengan orang-orang di bawahnya.⁸

Penelitian yang dilakukan peneliti sendiri berbeda dengan penelitian sebelumnya, penggunaan metode dan media objek yang dianalisis juga berbeda. Penelitian ini menggunakan metode analisis berdasarkan teori semiotika Roland Barthes dan teori *Personal Branding* Peter Montoya. Sedangkan objek media yang dianalisis adalah postingan di akun *Instagram* resmi Ganjar Pranowo. Penelitian ini berasumsi bahwa media sosial dapat menjadi saluran komunikasi di

⁷ Nahrul Hayat, Hasrullah, *Positioning Politik Kampanye Pemilihan Presiden 2014 dalam Iklan Video Musik Youtube*, (KAREBA:Jurnal Ilmu Komunikasi, 2016)

⁸ Ariviyanti Chintya Betari, Nurfebiaraning Sylvie, 'Analisis Aktivitas Pembentukan Citra Politik Hary Tanoesoedibjo (Studi Semiotika Peirce pada Iklan TV Perindo “Mars Perindo Versi 2”)', Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, 2017.

mana citra politik dikonstruksi dan didekonstruksi. Adapun kesamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu untuk menguraikan dan menggambarkan citra politik pada media.

2. Tinjauan Teori

a. Teori *Personal Branding* Piter Montoya

Personal branding adalah proses pembentukan citra diri yang unik, konsisten dan profesional untuk mencapai tujuan karier, bisnis atau pribadi. Sederhananya, *Personal branding* yang hebat adalah identitas pribadi yang merangsang persepsi yang tepat dan bermakna pada audiensnya tentang nilai – nilai dan kualitas yang diperjuangkan orang tersebut. *Personal branding* melibatkan persepsi subjektif manusia.⁹ Peter Montoya, seorang ahli pemasaran dan branding, mendefinisikan *personal branding* sebagai proses menciptakan dan mengkomunikasikan nilai – nilai unik dan keunggulan dari pribadi untuk mencapai tujuan karier dan kesuksesan.

Peter Montoya adalah seorang pengusaha, penulis, dan pembicara motivasi terkenal yang lahir di California, Amerika Serikat pada tahun 1996. Ia mendirikan Montoya & Associates pada 1996 dan menulis beberapa buku terlaris seperti “*The Personal Branding Phenomenon*” dan “*The Brand Called You*”. Montoya juga dianugrahi sebagai salah satu “*Top 100 Marketing Gurus*” oleh *National Speakers Association*. Konsep *personal branding*-nya menjadi standar industri dan ia kerap menjadi pembicara di acara internasional.¹⁰

Menurut Montoya dan Vandehey (009: 4-5) dalam Dyah Ariani Widyastuti, dkk (2017) bahwa *Personal branding* adalah citra yang kuat, jelas, dan ditanamkan dalam pikiran masyarakat yang menggambarkan nilai, kepribadian, keahlian, keunikan, keaslian, dan komitmen yang diberikan

⁹ Peter Montoya, *The Personal Branding Phenomenon*, (Amerika Serikat : Personal Branding Press Publishing), h. 15

¹⁰ Encyclopedia. *Educational Magazines Peter Montoya*, <https://www.encyclopedia.com/arts/educational-magazines/montoya-peter> (13 Juli 2024)

pelaku *personal branding* kepada orang lain, serta hubungan mereka dengan orang lain. *Personal branding* yang hebat adalah identitas pribadi yang menciptakan persepsi yang tepat dan signifikan tentang nilai, nilai, dan kualitas yang dianut seseorang oleh *audiensnya*.¹¹ Untuk berhasil dalam *personal branding*, seseorang harus mampu memilih media dan strategi yang tepat untuk menyampaikan pesan yang menunjukkan kemampuan, kredibilitas, dan kharisma. Menurut beberapa literatur, definisi *personal branding* adalah sebagai berikut:¹²

- a) Sebuah perasaan atau persepsi yang dijaga baik oleh diri sendiri daripada orang lain. Berpikir tentang siapa diri sendiri dan nilai-nilai yang dipegang, dan mewujudkan nilai-nilai tersebut melalui tindakan.
- b) Pertimbangan tentang identitas diri dan keyakinan yang dianut, serta upaya untuk mewujudkan keyakinan ini melalui tindakan. .
- c) Mempengaruhi perspektif orang lain.
- d) Terkait dengan nilai yang dimiliki orang lain.
- e) Menanamkan harapan dan ikatan dalam pikiran audiens sasaran.
- f) Menciptakan citra diri yang diinginkan dalam setiap kegiatan yang dilakukan.

Sebuah *personal branding* yang efektif memungkinkan seseorang mengelolah persepsi dan mempengaruhi pandangan orang lain secara efektif, menonjolkan identitas, keahlian dan keunggulan. Kelebihan yang didapat dari *personal branding* adalah:

- a) Menjadi "*top of mind*"
- b) Meningkatkan kesadaran diri dan kepercayaan diri
- c) Membangun reputasi profesional yang kuat
- d) Membuat individu lebih menonjol dalam persaingan

¹¹ Peter Montoya, "*The Personal Branding Phenomenon*", (United States : *Personal Branding Press*, 2002)

¹² Dyah Ariani Widyastuti, et al., eds., "*Analisis Personal Branding dimedia Sosial (Studi Kasus Personal Branding Sha'an D'anthes di Instagram)*." Jurnal Inovasi, 2017.

- e) Mengembangkan identitas pribadi yang jelas
- f) Meningkatkan kemampuan berkomunikasi efektif
- g) Mendapatkan pengakuan.
- h) Mencapai tujuan.
- i) Menciptakan kesan positif
- j) Membangun citra positif

Menurut Peter Montoya, *personal branding* memiliki beberapa kelebihan yang signifikan. Dengan *personal branding* yang efektif, individu dapat meningkatkan pengaruh mereka, baik dalam karir maupun kehidupan pribadi. Hal ini juga dapat memicu pertumbuhan pendapatan eksplosif dan percepatan karir. Montoya juga menekankan konsep *personal branding*, yaitu Citra Spesialisasi (*Laws of Specialization*), Citra Kepemimpinan (*Laws of leadership*) dan Citra Kepribadian (*Laws of Personality*). Dengan menerapkan konsep ini, individu dapat membangun *personal branding* yang kuat, meningkatkan kesadaran diri, membangun citra positif dan mencapai karir. Berikut konsep *personal branding* Peter Montoya, yaitu:

1) Citra Spesialisasi (*Laws of Specialization*)

Konsep spesialisasi Peter Montoya adalah strategi membangun citra dengan fokus pada keahlian khusus untuk membedakan dengan orang lain. Keunggulan, keahlian, atau pencapaian tertentu harus menjadi fokus *personal branding* untuk membangun reputasi dan kepercayaan. Berikut adalah Spesialisasi utama menurut Peter Montoya :

a. Kemampuan (*Ability*)

Menurut Montoya, Kemampuan (*Ability*) dalam konteks spesialisasi adalah kecakapan atau keahlian yang dimiliki seseorang untuk membedakan diri dari orang lain atau memiliki ciri khas yang unik untuk membangun citra diri. Berikut beberapa aspek kemampuan menurut Montoya : 1. Kemampuan komunikasi yaitu kemampuan berkomunikasi secara efektif dengan orang lain, baik secara lisan maupun tulisan. 2.

Kemampuan kepemimpinan yaitu kemampuan untuk memimpin dan menginspirasi orang lain untuk mencapai tujuan yang sama. 3. Kemampuan kreatif yaitu kemampuan untuk menghasilkan ide – ide baru dan inovatif yang sangat membantu meningkatkan kepercayaan. 4. Kemampuan adaptif yaitu kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan dan situasi baru, serta kemampuan untuk belajar dari pengalaman dan mengaplikasikan pengetahuan tersebut dalam situasi berbeda.

b. Perilaku (*Behavior*)

Menurut Peter Montoya, perilaku (*Behavior*) adalah tindakan atau cara seseorang berinteraksi dengan orang lain dan lingkungan sekitarnya. Perilaku ini mencakup: 1. Kemampuan Berkomunikasi: Kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif dengan orang lain. 2. Kemampuan Bekerja Sama: Kemampuan untuk bekerja sama dengan orang lain dalam mencapai tujuan. 3. Kemampuan Mengelola Konflik: Kemampuan untuk mengelola konflik dan menyelesaikan masalah. 4. Kemampuan Menunjukkan Empati: Kemampuan untuk menunjukkan empati dan memahami perspektif orang lain. 5. Kemampuan Menunjukkan Integritas: Kemampuan untuk menunjukkan integritas dan kejujuran dalam berinteraksi dengan orang lain. Peter Montoya juga menekankan bahwa perilaku yang positif dapat membantu meningkatkan kepercayaan.

c. Gaya Hidup (*Lifestyle*)

Menurut Peter Montoya, gaya hidup adalah cara seseorang menjalani hidupnya, termasuk kebiasaan, nilai-nilai, dan pilihan yang mereka buat. Selain itu, gaya hidup juga mencakup nilai-nilai yang dianut, seperti integritas, kejujuran, atau kesetaraan. Pilihan hidup, seperti karir, hubungan, atau tempat tinggal, juga merupakan bagian dari gaya hidup. Menurut Peter Montoya, gaya hidup yang seimbang dan positif

dapat membantu meningkatkan kepercayaan diri, kesuksesan dalam karir dan bisnis, serta kualitas hidup secara keseluruhan.

d. Misi (*Mission*)

Menurut Peter Montoya, misi adalah pernyataan yang jelas dan spesifik tentang tujuan dan arah yang ingin dicapai oleh seseorang atau organisasi. Misi yang efektif harus memiliki beberapa karakteristik, yaitu jelas dan spesifik, terukur dan dapat dicapai, relevan dengan tujuan dan nilai-nilai, inspiratif dan memotivasi, serta fleksibel dan dapat disesuaikan dengan perubahan. Dalam konteks *personal branding*, misi dapat membantu seseorang untuk menjelaskan tujuan dan arah hidup, membuat keputusan yang sesuai dengan nilai-nilai dan tujuan, membangun reputasi dan kredibilitas, serta meningkatkan motivasi dan produktivitas.

Berikut adalah Karakteristik spesialisasi menurut Peter Montoya :

- Unik dan spesifik
- Konsisten dengan nilai – nilai pribadi
- Mencerminkan keahlian dan kemampuan
- Dapat dibedakan dari pesaing atau orang lain.

2) Citra Kepemimpinan (*Laws of leadership*)

Montoya menyatakan bahwa orang pada dasarnya ingin dipengaruhi. Peter Montoya mendefinisikan kepemimpinan sebagai kemampuan untuk mempengaruhi, memotivasi, dan menginspirasi seseorang. Citra kepemimpinan menurut Peter Montoya adalah kemampuan untuk mempengaruhi, memotivasi dan menginspirasi orang lain. Hal ini dicapai melalui karakteristik seperti menginspirasi, memotivasi, mempengaruhi, mengkomunikasikan visi, dan membangun kepercayaan. Dengan demikian, seorang pemimpin dapat membangun citra yang positif dan efektif dalam memimpin dan mencapai tujuan.

3) Citra Kepribadian (*Laws of Personality*)

Menurut Peter Montoya, "Law of Personality" adalah prinsip-prinsip yang menjelaskan bagaimana kepribadian seseorang dapat mempengaruhi kesuksesan dan kepercayaan diri. Berikut adalah beberapa citra kepribadian menurut Peter Montoya: 1. Autentisitas: Kepribadian yang autentik dan jujur dapat membangun kepercayaan dan kesuksesan. 2. Konsistensi: Kepribadian yang konsisten dan stabil dapat membangun reputasi yang baik. 3. Empati: Kepribadian yang dapat memahami dan menghargai perasaan orang lain dapat membangun hubungan yang kuat. 4. Fleksibilitas: Kepribadian yang fleksibel dan dapat beradaptasi dengan situasi yang berbeda dapat membangun kesuksesan. 5. Integritas: Kepribadian yang memiliki integritas dan dapat mempertahankan nilai-nilai yang positif dapat membangun reputasi yang baik. 6. Kreativitas: Kepribadian yang kreatif dan inovatif dapat membangun kesuksesan dan kepercayaan diri. 7. Optimisme: Kepribadian yang optimis dan positif dapat membangun kesuksesan dan kepercayaan diri. 8. Tanggung Jawab: Kepribadian yang dapat mempertanggungjawabkan tindakannya dapat membangun reputasi yang baik. Dengan memahami dan menerapkan hukum-hukum kepribadian ini, seseorang dapat membangun kepribadian yang kuat dan mempengaruhi kesuksesan dan kepercayaan diri.

b. Teori Semiotika Roland Barthes

Semiotika Roland Barthes merupakan metode ilmiah untuk mempelajari tanda, berasal dari kata Yunani *semeion*, yang berarti “tanda”, dan *seme*, yang berarti “penafsir tanda”. Tanda (*signs*) adalah dasar semua komunikasi.¹³ Dengan kata lain, semiotika adalah bidang yang mempelajari semua jenis komunikasi melalui tanda (*signs*) dan berdasarkan sistem tanda (*sign system*).

¹³ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2006), h. 15.

Menurut van Zoest (dalam Alex Sobur, 2006), mengatakan aliran semiotika komunikasi awalnya sangat diminati oleh para peneliti karena mereka melihat tanda sebagai bagian dari proses komunikasi, yang berarti tanda hanya dianggap sesuai dengan maksud pengirim dan diterima oleh penerima. Namun menurut Umberto Eco, semiotika komunikasi telah menempatkan lebih banyak perhatian pada teori produksi tanda. Salah satu dari teorinya mengatakan bahwa ada enam faktor dalam komunikasi: pengirim, penerima kode atau sistem tanda, pesan, saluran komunikasi, dan acuan. Pada dasarnya, semiosis adalah proses tanda yang dapat diartikan sebagai hubungan antara lima istilah:

S (s, l, c, r, e)

Semiotic Relation (S) atau Hubungan semiotik, *Sign* (s) atau tanda, *Interpreter* (i) atau penafsir, *Effect* (e) atau pengaruh. Misalnya, suatu disposisi dalam i akan bereaksi dengan cara tertentu terhadap r pada kondisi – kondisi tertentu c karena s. Begitulah semiotika menjelaskan jalinan tanda secara sistematis menjelaskan esensi, ciri – ciri, dan bentuk suatu tanda, seperti proses signifikasi yang menyertainya.¹⁴ *Referenc* (r) atau rujukan dan *Context/Condition* (c) atau konteks/kondisi.

Dikenal sebagai pemikir strukturalis, Roland Barthes menggunakan semiologi dan model linguistik Saussure. Ia terkenal sebagai intelektual dan kritikus sastra Prancis yang mendukung penegakan strukturalisme dan semiotika dalam studi sastra.

Barthes lahir di Cherbourg dalam keluarga Protestan menengah tahun 1915. Dia dibesarkan di sebuah kota kecil bernama Bayonne, yang terletak di sebelah barat daya Prancis, dekat pantai Atlantik.¹⁵ Barthes merupakan pengikut Saussure, berpendapat bahwa semiotika adalah sistem tanda yang

¹⁴ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2006), h. 17.

¹⁵ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2006), h. 63

menunjukkan keyakinan dan keyakinan dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu. Semiotika, atau semiologi, menurut Barthes, adalah studi tentang bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai (*to signify*) adalah sistem yang diselenggarakan dari tanda-tanda selain berarti komunikasi. Oleh karena itu, Barthes menganggap signifikasi sebagai proses yang terintegrasi dalam struktur rangkaian. bukan hanya bahasa yang dapat disignifikasikan tetapi juga hal-hal yang bukan bahasa. Pada akhirnya, Barthes menganggap kehidupan sosial sebagai suatu sistem tanda. Dengan kata lain, ia menganggap kehidupan sosial sebagai suatu jenis tanda. Model penanda dikotomis menjadi lebih dinamis berkat Barthes. Ia menyatakan bahwa tanda dalam kehidupan sosial budaya adalah "ekspresi" (E), sedangkan tanda dalam bahasa Prancis adalah "isi" (C). Menurut teori Saussure, tanda adalah "relasi" (R) antara E dan C. Model E-R-C adalah ide yang ia usulkan.¹⁶

Barthes membuat diagram tentang cara tanda berfungsi :

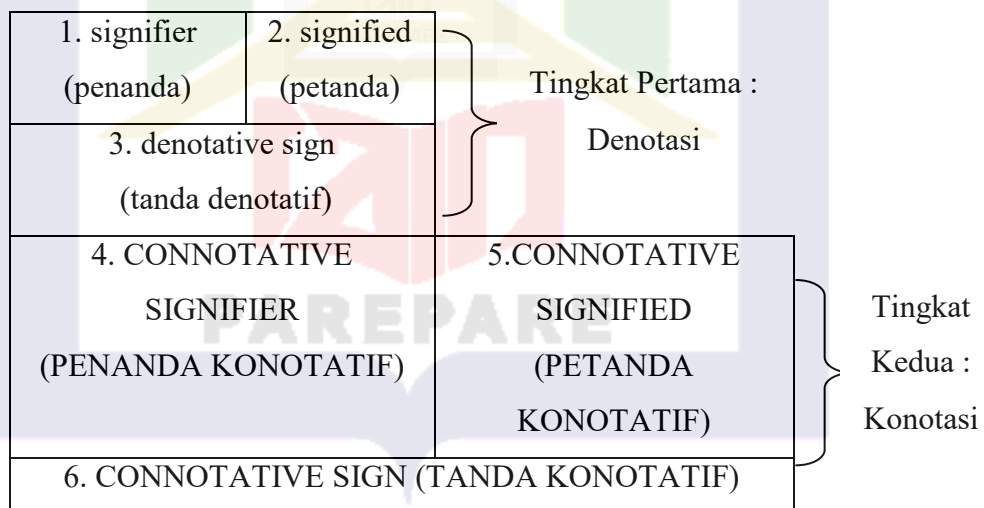


Table 2.1 Diagram Tanda Roland Barthes

Sumber : Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006)

¹⁶ Fatimah, *Semiotika dalam kajian IKLAN LAYANAN MASYARAKAT*, (Gowa: Tallasa Media, 2020), h. 46

Berikut adalah alur bagan Semiotika Roland Barthes :

a. Tingkat Pertama : Denotasi

Penanda (Signifier) : Kata, simbol atau tanda

Petanda (Signified) : Makna harfiah atau definisi

Tanda Denotatif : Gabungan penanda dan petanda

b. Tingkat Kedua : Konotasi

Penanda Konotatif (Signifier) : Tanda denotative menjadi penanda baru.

Petanda Konotatif (Signified) : Makna tambahan, seperti emosi, nilai, atau asosiasi budaya.

Tanda Konotatif : Gabungan penanda konotatif dan petanda konotatif

c. Proses Semiotika

Signifikasi : Penanda dan petanda terhubung, menciptakan tanda denotative.

Konotasi : Tanda denotative menjadi penanda konotatif, menambah makna baru

Interpretasi : Pembaca atau penerima pesan menafsirkan tanda konotasi berdasarkan konteks dan pengalaman.

Jadi, Semiotika Roland Barthes terdiri dari dua tingkat makna. Tingkat pertama adalah denotasi, yang melibatkan penanda (kata atau simbol), petanda (makna harfiah), dan tanda denotative (gabungan keduanya). Tingkat kedua adalah konotasi, dimana tanda denotative menjadi penanda konotatif, menambah makna tambahan seperti emosi, nilai, atau asosiasi budaya. Proses semiotika dimulai dengan signifikasi (penghubungan penanda dan petanda), dilanjutkan dengan konotasi (penambahan makna baru) dan diakhiri dengan interpretasi (penafsiran tanda konotatif berdasarkan konteks dan pengalaman).

Konsep – konsep kunci Semiotika Roland Barthes meliputi mitos (makna konotatif yang terbentuk). Menurut Roland Bartesh, tanda denotative

(makna harfia) terdiri dari penanda dan petanda, yang kemudian menjadi dasar bagi tanda konotatif (makna cultural) dengan menambahkan makna tambahan.

Dalam semiotika Roland Barthes, denotasi dan konotasi membentuk dua tingkat makna yang berbeda. Denotasi merupakan tingkat pertama yang memiliki makna harfiah, tertutup dan literal. Sementara itu, konotasi sebagai tingkat kedua membuka ruang bagi interpretasi beragam, makna cultural dan kontekstual. Hal ini merujuk bahwa konotasi memiliki peran penting dalam memperkaya makna komunikasi.

Barthes menciptakan dua tingkat signifikasi: denotasi (*denotation*) dan konotasi (*connotation*). Denotasi adalah tingkat tanda yang memberikan makna yang jelas, langsung, dan pasti yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda, atau antara tanda dan rujukannya pada kenyataan. Dalam kasus ini, denotasi berarti makna dari apa yang terlihat.

Konotasi adalah tingkat pertanda yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda. Ini memiliki makna yang tidak jelas, tidak langsung, dan tidak pasti, yang berarti bahwa itu terbuka untuk berbagai pilihan. Foto adalah ilustrasi ideal dari denotasi dan konotasi. Foto yang memiliki potret kepala dan bahu menunjukkan orang yang dipotret. Bagaimana sebuah foto diambil, diproses, dan ditampilkan sangat mempengaruhi bagaimana orang melihatnya.

Selain itu, Barthes melihat makna dalam tingkatannya yang lebih konvensional, yang berkaitan dengan mitos. Menurut pemahaman semiotika Barthes, mitos adalah pengkodean makna dan nilai sosial, yang dianggap alamiah. Mitos adalah suatu bentuk turunan dan sistem komunikasi. Oleh karena itu, apapun yang ditampilkan dalam wacana dapat dianggap sebagai

mitos.¹⁷ Roland Barthes mengembangkan tiga konsep utama dalam semiotika, yaitu :

1) Denotasi

Denotasi adalah makna harfiah atau literal dari suatu tanda. Denotasi merupakan tingkat pertama makna yang terbentuk dari hubungan antara penanda (signifier) dan petanda (signified). Contoh : kata “mawar” merujuk pada bunga merah.

2) Konotasi

Konotasi adalah makna tambahan yang terkait dengan suatu tanda, seperti emosi, nilai, atau asosiasi budaya. Konotasi merupakan tingkat kedua makna yang terbentuk dari hubungan antara tanda denotatif dan konteks budaya. Contoh : mawar merah diaosiasikan dengan cinta dan kasih sayang.

3) Mitos

Mitos adalah makna yang terbentuk dari konotasi, yaitu makna yang lebih mendalam dan kompleks yang terkait dengan nilai – nilai budaya dan sosial. Mitos merupakan tingkat ketiga makna yang terbentuk dari hubungan antara konotasi dan konteks budaya. Contoh : mawar merah menjadi simbol cinta dan komitmen dalam budaya barat.

3. Kerangka Konseptual

a) Citra Politik

Citra (*image*) atau gambaran seseorang (*figure*) dari seorang politisi terbentuk dari persepsi masyarakat melalui nilai – nilai, kepercayaan dan harapan. Seperti yang dikutip oleh Mahi M dan Hikmat bahwa menurut Dan Nimmo (2000:6-7), citra politik ini dibentuk pikiran dan perasaan subjektif, yang kemudian mempengaruhi penilaian masyarakat terhadap peristiwa

¹⁷ Fatimah, Semiotika dalam kajian IKLAN LAYANAN MASYARAKAT, (Gowa: Tallasa Media, 2020), h. 49

politik tertentu.¹⁸ Dalam konteks ini, citra politik merupakan gambaran diri yang ingin ditampilkan oleh seorang politisi kepada public.

Dalam kampanye politik, citra ini sangat penting karena dapat mempengaruhi keputusan pemilih. Oleh karena itu, para politisi berusaha membangun citra positif melalui strategi komunikasi efektif, menunjukkan integritas dan empati, serta menggunakan media sosial secara efektif.

Citra politik Prabowo dan Jokowi memiliki perbedaan yang mencolok. Prabowo dianggap sebagai sosok patriotik karena latar belakangnya sebagai mantan anggota TNI, sementara Jokowi dianggap cerdas dan merakyat berkat kemampuan berpidatonya dan kesederhanaannya. Jokowi juga berhasil menampilkan diri sebagai pemimpin yang dekat dengan rakyat melalui pengalamannya sebagai wali kota Solo, gubernur DKI Jakarta dan presiden.

Citra politik secara umum dapat didefinisikan sebagai representasi seseorang dalam hal kekuasaan, kewenangan, otoritas, konflik dan konsensus. Pembentukan citra politik ini berkaitan erat dengan komunikasi politik yang efektif serta kemampuan membangun kesadaran dan kepercayaan publik.

Citra politik memiliki tiga tujuan utama : Memberikan pemahaman tentang peristiwa politik, contoh Presiden Jokowi menjelaskan kebijakan ekonomi di televisi nasional untuk meningkatkan kesadaran public. Menyediakan dasar penilaian objek politik, contoh debat presiden memperlihatkan visi dan strategi calon. Membangun hubungan dengan masyarakat, contoh akun media sosial resmi pemimpin Negara untuk interaksi dengan rakyat.

Citra politik pemimpin sangat penting untuk menciptakan stabilitas sosial dan memenuhi kebutuhan rakyat. Melalui komunikasi politik efektif, pemimpin dapat membangun citra positif dengan menyampaikan informasi

¹⁸ Mahi M dan Hikmat, *Komunikasi Politik Teori dan Praktik*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2010), h. 39.

tentang kemajuan, perbaikan dan perkembangan pembangunan, sehingga meningkatkan kesadaran dan kepercayaan publik.¹⁹

Citra politik merupakan persepsi atau pandangan masyarakat terhadap partai politik atau individu yang berkarir di bidang politik. Setiap partai politik memiliki citra unik yang membentuk opini public dan mempengaruhi keputusan pemilih.

Citra ini tidak hanya tentang gambar atau penampilan, tetapi juga tentang nilai – nilai, kebijakan, dan reputasi partai atau individu tersebut.²⁰ Sederhananya, citra politik adalah persepsi atau pandangan masyarakat tentang seorang politisi, partai politik, atau lembaga pemerintahan.

b) Media Sosial

Istilah “media” secara sederhana berarti alat komunikasi. Namun, secara teoritis, istilah “sosial” di media sosial harus didekati dengan bidang sosiologis. Media sosial (*Social Media*) adalah platform online yang memfasilitasi interaksi sosial, berbagi konten dan penciptaan hubungan baru. Dengan kemudahan akses dan berbagi informasi, media sosial memungkinkan penggunaanya terhubung secara global.²¹

Media Sosial Sebagai Pengemas Citra Diri . Secara sederhana, citra diri dapat didefinisikan sebagai pandangan yang dibuat tentang diri sendiri. Citra diri adalah representasi yang dibentuk oleh individu atas kesadaran diri dihadapan orang lain. seseorang membentuk dunia citranya dengan mengontruksi dirinya bersama dengan orang lain.

Artinya, ada hubungan yang kuat antara penggunaan media sosial dengan pembentukan citra diri seseorang dimana citra diri seseorang dapat

¹⁹ Roni Tabroni, *Komunikasi Politik pada Era Multimedia* (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2014), h. 26.

²⁰ Ariviyanti chintya betari, nurfebriani Sylvie, “analisis aktivitas pembentukan citra politik hary tanoesoedibjo (studi semiotika peirce pada iklan tv perindo “mars perindo versi 2”)”, *profetik : jurnal komunikasi* 11.2 (2018).

²¹ Rulli Nasrullah, *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Siosioteknologi*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2015), h. 11.

dipoles dan dikemas melalui perantara media. Media sosial yang menyediakan berbagai layanan komunikasi terhadap orang lain memengaruhi pola pikir dan perilaku yang berdampak pada pembentukan konsep diri.

Menurut Paliang (2011), bahwa era masyarakat digital dikenal sebagai “abad citraan” yaitu ditandai oleh perkembangan wajah dunia dan kebudayaan kontenporer yang dibentuk tanda – tanda dan citraan yang datang dan pergi dalam kecepatan tinggi. Era ini memungkinkan setiap individu dapat membentuk “dunia citra” yang oleh Idi Subandi Ibrahim disebut kemasan (*Packaging Culture*).²²

Kemampuan menggunakan narasi di media sosial untuk meningkatkan persepsi dan pemikiran publik . Memenuhi kriteria alasan yang baik dalam konsep naratif memudahkan terbentuknya citra seseorang tokoh politik.

Penggunaan media sosial sebagai alat untuk aktivitas politik di kalangan menengah meningkat dengan cepat. Dengan 58 juta penduduk yang memiliki akses internet, Indonesia menduduki peringkat ke-7 terbesar di dunia, menurut data Indeks Web Global 2014. Indonesia adalah negara kedua dengan pertumbuhan pengguna internet paling cepat di Asia Tenggara, meningkat 430% dalam lima tahun terakhir. Sekitar 82 juta orang di Indonesia aktif sebagai netizen pada tahun 2014, menurut Kominfo.²³

Dalam pemilu presiden 2014, media sosial menjadi salah satu alat komunikasi politik yang paling efektif. Ia berhasil menghasilkan massa politik yang mendukung kandidat presiden atau wakil presiden saat itu. Banyak partai dan tokoh politik menggunakan media sosial menjelang pemilu 2014 lalu. Mereka sepertinya mengambil inspirasi dari contoh keberhasilan Gubernur Joko Widodo di DKI Jakarta, Ahmad Heryawan di Jawa Barat, Ganjar Pranowo di Jawa Tengah, dan Ridwan Kamil di Bandung. Empat

²² Mahyuddin, *Sosiologi Komunikasi, Dinamika Relasi Sosial Di Dalam Era Virtualitas*, (Makassar : Penerbit Shofia – Cv. Loe, 2019), h. 88.

²³ Umaimah Wahid, *Komunikasi Politik Teori, Konsep, dan Aplikasi Pada Era Media Baru*, (Bandung: Simbiosis Retakatama Media, 2016), h. 94.

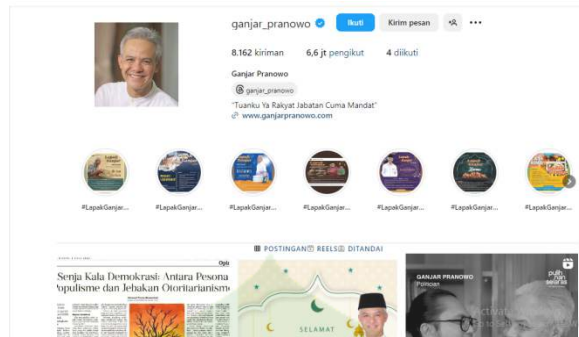
tokoh tersebut dapat menarik simpati dan dukungan penggunaan media sosial karena mereka sering berinteraksi di *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, dan *YouTube*. Ini menjadikan pemilu 2014 lebih seru karena internet dan media sosial menjadi sumber informasi kedua setelah televisi, mengalahkan surat kabar dan radio. Ini adalah sesuatu yang tidak ada pada pemilu 2009 dan sebelumnya.

c) *Instagram*

Instagram adalah platform media sosial yang memungkinkan pengguna berbagi foto dan video, serta mengeditnya dengan berbagai fitur. *Instagram* adalah platform media sosial visual yang memungkinkan pengguna berbagi foto, video, dan cerita (*story*), serta berinteraksi dengan pengguna lain melalui komentar, suka, dan pesan. Platform ini memiliki fitur-fitur unik seperti filter, hashtag, dan reels yang membuatnya populer di kalangan pengguna. Berikut 5 menu utama *instagram*, yaitu :

- 1) Beranda (*Home*) : Menampilkan postingan terbaru dari akun yang Anda ikuti, termasuk foto, video, dan cerita.
- 2) Cari (*Search*) : Mencari akun, hashtag, dan konten tertentu dengan menggunakan kata kunci.
- 3) Buat (*Plus*) : Membuat postingan baru, baik foto, video, maupun cerita.
- 4) Aktivitas (*Heart*) : Menampilkan aktivitas akun, seperti: likes, comment, mention, *new followers*.
- 5) Profil (*Profile*) : Menampilkan informasi akun , termasuk: postingan, pengikut, yang diikuti, bio dan informasi kontak serta tombol edit profil untuk mengubah informasi akun.²⁴

²⁴ DHARA, karina, et al., eds., Penggunaan Instagram sebagai Media Kampanye Politik pada Pemilihan Kepala Daerah DKI Jakarta 2017: Studi kasus pada Basuki Cahya Purnama (Ahok). *COMMENTATE: Journal Of Communication Management*, 2020,1.2: 193-207.



Gambar 2.1 : Profil *Instagram* Ganjar Pranowo

Sumber : https://www.instagram.com/ganjar_pranowo

Ganjar Pranowo lahir pada 28 Oktober 1968 di Karanganyar, Jawa Tengah. Ayahnya, S. Pamudji Pramudi Wiryo, adalah seorang polisi yang pernah ditugaskan dalam operasi penumpasan PRRI atau Permesta. Ganjar adalah anak kelima dari enam bersaudara. Ia menempuh pendidikan dimulai dari SD di Karanganyar, kemudian SMPN 1 Kutoarjo dan SMA di Yogyakarta. Ia melanjutkan studinya di Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada (UGM), Yogyakarta. Di UGM, Ganjar aktif dalam Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia (GMNI) dan menjadi ketua Klub Mahasiswa Justicia.

Ganjar Pranowo memulai karier politiknya sebagai anggota DPR RI selama dua periode (2004-2009 dan 2009-2013). Kemudian, ia terpilih sebagai Gubernur Jawa Tengah selama dua periode (2013-2018 dan 2018-2023). PDI-Perjuangan resmi menunjuk Ganjar Pranowo sebagai calon presiden dalam pemilihan presiden 2024.²⁵ Selama menjabat sebagai Gubernur Jawa Tengah, Ganjar mencatat beberapa prestasi, seperti membangun infrastruktur publik, meningkatkan kualitas pendidikan dan kesehatan, mengembangkan ekonomi lokal melalui program KUR dan

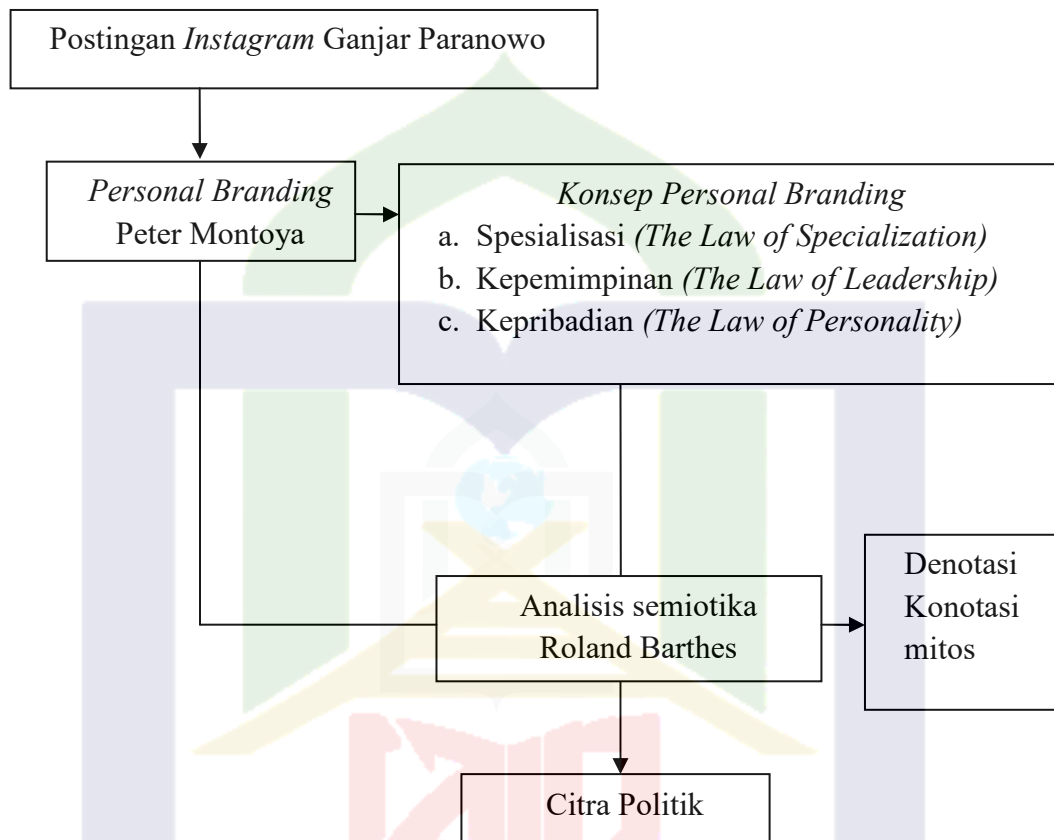
²⁵WIKIPEDIA, Profil Ganjar Pranowo, https://id.m.wikipedia.org/wiki/Ganjar_Pranowo (10 Juli 2024)

pariwisata, serta meningkatkan kesadaran masyarakat dalam pembangunan daerah.

Ia merupakan salah satu politisi yang aktif di media sosial. Akun *Instagram* @ganjar_pranowo merupakan *platform* resmi Ganjar Pranowo yang menampilkan berbagai konten menarik. Dengan lebih dari 8.162 postingan dan 6,6 juta pengikut, akun ini menjadi sarana efektif bagi dirinya untuk berinteraksi dengan masyarakat dan mempromosikan program serta kegiatan politiknya. Konten yang diunggah meliputi foto, video, reels, dan informasi terkini tentang kegiatan sehari-hari, kampanye, dan program kerja. Ia memanfaatkan media sosial khususnya *instagram* untuk membangun komunikasi politik dengan masyarakat khususnya Jawa Tengah. Melalui platform digital, ia membagikan potret dirinya saat beraktivitas, menanggapi keluhan masyarakat, dan menyampaikan edukasi politik dengan bahasa sederhana. Hal ini membantu membangun citra politiknya sebagai pemimpin yang peduli dan transparan.

D. Kerangka Pikir

Kerangka pikir berfungsi sebagai dasar untuk proses penelitian secara keseluruhan.²⁶



Gambar 2.2 : Bagan Kerangka Pikir

Ganjar Pranowo merupakan salah satu kandidat calon presiden 2024. Ia sangat aktif menggunakan media sosial, salah satu yang sering digunakan adalah *instagram*. Melalui media sosial seorang politisi dapat membangun citra politik. Dalam hal ini, penggunaan *personal branding* merupakan salah satu cara strategis membangun citra politik untuk mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap aspek yang dimiliki seseorang. Citra politik merujuk pada persepsi atau penilaian

²⁶ Eri Barlian, *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Padang: Sukabina Press, 2016), h.38.

masyarakat terhadap politisi. Sedangkan personal branding adalah startegi yang digunakan mebuat citra seseorang.

Teknik pengumpulan data melauai observasi terhadap unggahannya pada masa kampanye peneliti melakukan kategorisasi berkaitan dengan 3 konsep *personal branding* oleh Peter Montoya, yaitu : Spesialisasi (*The Law of Specialization*), Kepemimpinan (*The Law of Leadership*), Kepribadian (*The Law of Personality*). Dengan memilih beberapa postingan yang memiliki karakteristik personal branding tersebut untuk memudahkan analisis hasil penelitian, menggunakan semiotika Roland Barthes kemudian

Hasil akhir peneliti menarik kesimpulan berupa Analisis Citra Politik dalam Postingan Instagram Ganjar Pranowo selaku Kandidat Capres 2024

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode penelitian adalah proses pengumpulan data dengan tujuan dan manfaat tertentu yang dilakukan secara sistematis, rasional, dan empiris.²⁷ Metode analisis isi (*Content Analysis*) adalah teknik penelitian yang digunakan untuk menganalisis dan menginterpretasikan isi pesan, teks, atau media. Penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes. Semiotika adalah ilmu yang mengkaji dan menganalisis tanda. Teori komunikasi utama berasal dari semiotika.

Metode penelitian ini juga sesuai dengan tujuan penelitian, yakni untuk mengetahui bagaimana *personal branding* dalam membangun citra politik Ganjar Pranowo pada pilpres 2024 di *instagram* dalam Perspektif Semiotika Roland Barthes

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini tidak memerlukan penelitian lapangan, karena data dapat diperoleh melalui analisis postingan *Instagram* Ganjar Pranowo secara langsung dan kegiatan mengumpulkan data penelitian diambil dari dokumentasi postingan tersebut.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini terdiri dari tiga tahap, yaitu pra penelitian yang meliputi menentukan judul penelitian, menyusun dan mengajukan proposal penelitian serta mengurus perizinan penelitian diperkirakan selama kurang lebih 4 bulan dari bulan Februari – Mei 2024, kemudian pelaksanaan penelitian dilakukan setelah seminar proposal dan revisi dilakukan kurang lebih 2 bulan dari bulan Juni – Juli 2024, pasca penelitian meliputi

²⁷ Abdul Fattah Nasution, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV. Harfa Creative, 2023), h.1.

pengolahan data, analisis data, kesimpulan dan revisi kurang lebih 2 bulan dari bulan Desember 2024 – Januari 2025.

C. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada citra politik Ganjar Pranowo selama masa kampanye melalui akun *Instagram*nya dengan menggunakan tiga *personal branding* Piter Montoya, yaitu spesialisasi, kepemimpinan dan kepribadian. Penelitian ini memilih postingan yang sesuai dengan ketiga kategori tersebut kemudian dianalisis menggunakan analisis isi (*content analysis*) untuk mengetahui bagaimana Ganjar Pranowo membangun citra politiknya melalui media sosial tersebut.

D. Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

Data yang diperoleh dari sumber yang diamati atau yang digunakan sebagai dasar penelitian disebut data primer. Penelitian ini mengumpulkan data primer dari postingan *instagram* @ganjar_pranowo pada masa kampanye pilpres 2024 yang meliputi profil, foto dan keterangan foto (*captions*) serta bio.

Visual/Tekstual	Karakteristik
 ganjar_pranowo 8162 krlman 6,6 jt pengikut 4 diikuti Ganjar Pranowo @ganjar_pranowo "Tuan Ku Ya Rakyat Jabatan Cuma Mandat" www.ganjarpranowo.com	• Spesialisasi (kemampuan, gaya hidup dan misi)
<i>Bio Instagram</i> "Tuan Ku Ya Rakyat Jabatan Cuman Mnadat"	• Spesialisasi (kemampuan, perilaku, gaya hidup, dan misi)
	• Spesialisasi (kemampuan, perilaku, gaya hidup dan misi)

	• Spesialisasi (kemampuan, perilaku, gaya hidup dan misi)
	• Kepemimpinan (mempengaruhi, menginspirasi dan memotivasi)
	• Kepemimpinan (mempengaruhi, menginspirasi dan memotivasi)
	• Kepemimpinan (menginspirasi dan memotivasi)
	• Kepemimpinan (menginspirasi dan memotivasi)
	• Keperibadian (optimis, integritas dan empati)
	• Keperibadin (konsistensi, empati, integritas, optimis dan tanggung jawab)

	• Keperibadian (autensitas, empati, integritas dan optimis)
	• Keperibadian (empati, integritas, kreativitas, dan optimis)

Table 2.2 : Data Primer

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah berupa data dari dokumen atau literatur – literatur yang mendukung data primer yang bersumber dari buku, artikel, kamus, internet dan lain sebagainya yang membahas tentang *personal branding* dalam membangun citra politik Ganjar Pranowo pada pilpres 2024 di *instagram*.

E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

Peneliti dapat mengumpulkan data dengan metode pengumpulan data. Berikut beberapa metode yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data diantaranya :

1. Observasi

Penelitian ini menggunakan metode observasi nonpartisipatif untuk menganalisis citra politik Ganjar Pranowo melalui postingan *Instagram*nya pada masa kampanye. Observasi ini dilakukan secara langsung tanpa terlibat dalam aktivitas kampanye. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan pendekatan analisis isi dengan mengacu pada teori *personal branding* untuk membangun citra politik yang relevan.

2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi metode pengumpulan data yang melibatkan pengumpulan dan pencatatan data dari sumber yang sudah ada,²⁸ seperti foto, *website*, media sosial, dan metode lainnya yang berhubungan dengan penelitian. Data yang diambil merupakan data dokumentasi pada *instagram* Ganjar Pranowo yaitu sebanyak 12 postingan.

F. Uji Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan cara untuk menghindari kesalahan dalam penelitian agar hasil penelitian menjadi lebih baik. Selama proses pengecekan keabsahan data, peneliti melakukan uji kredibilitas dengan menggunakan berbagai teknik seperti dengan menggunakan cara perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dan triangulasi yang diungkapkan oleh Sugiono.

Uji kredibilitas yang dipilih peneliti dalam penelitian ini adalah triangulasi. Triangulasi dapat diartikan sebagai sumber pengecekan sebuah data dari berbagai sumber, dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Penelitian ini menggunakan triangulasi teknik, dimana pengecekan data dengan sumber yang sama namun dengan teknik yang berbeda (Sugiyono 2012). Pada pengujian ini data pertama didapatkan dengan observasi *personal branding* yang terdapat dalam postingan *instagram* Ganjar Pranowo berupa foto dan tekstual, dan setelahnya dicek dengan menggunakan dokumentasi yang merujuk pada hiperealitas *personal branding* yang terdapat dalam postingan *Instagram* Ganjar Pranowo pada masa kampanye.

G. Teknik Analisis Data

Dalam analisis citra politik dalam postingan *Instagram* Ganjar Pranowo sebagai kandidat capres 2024, peneliti menggunakan analisis isi (*content analysis*) untuk menginterpretasikan *personal branding* dalam membangun citra politik Ganjar Pranowo.

²⁸ Hardani, et al., eds., *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*, (Yogyakarta:CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta, 2020), h. 149.

Teknik analisis isi (*content analysis*) adalah metode penelitian sistematis untuk menganalisis dan menginterpretasikan isi pesan, teks atau media. Langkah-langkahnya meliputi persiapan, analisis dan interpretasi. Pada tahap persiapan, peneliti menentukan tujuan dan pertanyaan penelitian, memilih sampel dan membuat kerangka analisis. Kemudian, pada tahap analisis, peneliti melakukan pembacaan dan pengkodean isi, mengidentifikasi tema dan kategori serta menganalisis frekuensi dan distribusi kata/konsep. Hasilnya kemudian diinterpretasikan untuk menemukan pola dan hubungan, serta pengembangan teori atau kesimpulan.²⁹

Penelitian ini menggunakan tiga *personal branding* untuk membangun citra politik dengan menggunakan metode analisis isi (*content analysis*) dengan model Semiotika Roland Barthes. Adapun langkah – langkah analisis data model miles and huberman sebagai berikut:

a) Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses berfikir kritis yang memerlukan kecerdasan dan keluasan wawasan yang tinggi.³⁰ Dalam hal ini mampu memilah data, memfokuskan data pada bidangnya, polanya, mengkategorikannya, dan menyusun rangkuman data dalam satuan analisis. Reduksi data berfungsi memberi kemudahan paa saat peneliti mencari data yang diteliti sebelumnya bila diperlukan, serta menyuguhkan gambaran sangat jelas mengenai hasil pengamatan peneliti. Peneliti menggunakan reduksi data berupa observasi dan dokumentasi pada akun instagram @ganjar_pranowo untuk menganalisis citra politiknya.

b) Penyajian Data

Penelitian kualitatif dapat menampilkan data dalam bentuk bagan, deskripsi singkat, atau hubungan antara kategori dan sejenisnya. Teks naratif

²⁹ Stemler, S. (2001). *An Overview of Content Analysis*.

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2013), h. 249

adalah cara yang paling umum untuk melakukan ini. Akan lebih mudah untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan tindakan selanjutnya setelah melihat data.

Peneliti mendeskripsikan informasi dari data – data yang telah diperoleh pada akun instagram @ganjar_pranowo. Penyajian data digunakan untuk memepmudahkan memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang sudah dipahami. Dalam hal ini penyajian data dengan mengumpulkan data yang disesuaikan dengan permasalahan kemudia mengklasifikasi gambar dengan melihat 3 konsep *personal branding* oleh Peter Montoya. Dilanjutkan dengan menganalisis data menggunakan analisis semiotika.

c) Kesimpulan dan Verifikasi

Studi kualitatif menghasilkan hasil baru. Temuan dapat berupa hipotesis, teori, hubungan kasual atau interaktif, atau gambaran suatu objek yang sebelumnya kurang jelas sehingga menjadi jelas setelah diteliti. Pada akhirnya, peneliti dapat menjawab pertanyaan awal. Kesimpulan: Hasil akhir akan bergantung pada jumlah catatan lapangan, pengkodean, penyimpanan, dan metode pencarian ulang yang digunakan, serta kemampuan peneliti. Kesimpulannya, di sisi lain, sering dibuat sejak awal.

Maka secara rinci teknik analisis yang dipakai peneliti yaitu :

- a. Peneliti pengamatan langsung postingan – postingan *instagram* Ganjat Pranowo pada masa kampanye (28 November 2023 – 10 Februari 2024)
- b. Mengkategorikan data dengan melakukan analisis dengan pengkodean
- c. Mengkategorikan data melalui visual dan tekstual yang dianggap menginterpretasikan, citra spesialisasi, citra kepemimpinan dan citra keperibadian.
- d. Tahap terakhir, peneliti menarik kesimpulan dari hasil analisis.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

Melalui pendekatan kualitatif, analisis isi (*content analysis*) yang dilakukan oleh peneliti, dengan melakukan observasi dan dokumentasi melalui media sosial *instagram* peneliti dapat menganalisis *personal branding* Gajjar Pranowo untuk membangun citra politik pada pilpres 2024, melalui postingannya selama masa kampanye, yaitu pada tanggal 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024. Peneliti menemukan sebanyak 319 postingan, kemudian peneliti melakukan kategorisasi berkaitan dengan *personal branding* oleh Peter Montoya yaitu spesialisasi, kepemimpinan dan keperibadian, beberapa postingan sesuai kebutuhan peneliti dengan memilih 12 postingan. Selanjutnya menganalisis menggunakan semiotika Roland Barthes. Adapun hasil penelitian sebagai berikut:

a) Analisis Citra Spesialisasi (Law of Specialization) Ganjar Pranowo

Profil Instagram Ganjar Pranowo

Ganjar Pranowo aktif menggunakan *instagram* sejak Oktober 2015, hingga saat ini telah memiliki 6,6 juta *followers* dengan jumlah postingan sebanyak 8.162 postingan. Melalui media sosial Ganjar Pranowo dikenal sebagai sosok yang komunikatif, dekat dengan masyarakat, dan memanfaatkan sosail media sebagai sarana membangun citra politik berbeda dan berciri khas yang tidak dimiliki kandidat lainnya.



Gambar 4.1 : Profil Instagram Ganjar Pranowo
Sumber : https://www.instagram.com/ganjar_pranowo

Denotasi : Memperlihatkan sosok Ganjar Pranowo menggunakan kemeja putih dan tersenyum ramah, digambarkan sebagai sosok yang ramah dan terbuka, mengenakan kemeja putih yang menunjukkan kesederhanaan dan kesucian.

Konotasi : Kemeja putih dapat dikonotasikan sebagai kesucian, kejujuran, dan kesederhanaan. Senyum Ganjar Pranowo dapat dikonotasikan sebagai kehangatan, keramahan, dan kesabaran. Ini menunjukkan bahwa ia ingin menampilkan dirinya sebagai sosok yang dapat dipercaya dan dekat dengan rakyat. Pemimpin yang merakyat memiliki karakteristik yang kuat, antara lain: empati, keterbukaan, kepedulian, keadilan, dan kemampuan komunikasi yang efektif, memiliki visi yang jelas, kepemimpinan partisipatif, kemampuan mengambil keputusan, dan mengelola konflik. Selain itu, integritas, kesabaran, kemampuan beradaptasi, dan kesederhanaan merupakan karakteristik pribadi yang penting. Penampilannya menggunakan kemeja putih menunjukkan dirinya sebagai sosok pemimpin yang memiliki nilai-nilai kepemimpinan yang kuat. Dengan penampilan yang sederhana namun elegan, ia menunjukkan karisma yang dapat mempengaruhi dan memotivasi orang lain. Selain itu, penampilannya yang sederhana juga menunjukkan bahwa dia fokus pada kepentingan rakyat, bukan pada penampilan yang mewah atau berlebihan. Dengan demikian, ia menunjukkan dirinya sebagai seorang pemimpin yang inovatif, demokratis, dan memiliki komitmen kuat untuk melayani rakyat.³¹

Mitos : Foto ini dapat diartikan sebagai representasi dari citra Ganjar Pranowo sebagai pemimpin yang bijak, ramah, dan peduli terhadap rakyatnya. Ini juga menunjukkan bahwa ia ingin menampilkan dirinya sebagai sosok yang membumi dan dekat dengan rakyat, bukan hanya sebagai sosok yang berkuasa.

Dalam konteks Indonesia, pemimpin yang merakyat harus memahami dan menghargai keberagaman budaya, berkomunikasi efektif dalam bahasa Indonesia, menghargai perbedaan, dan peduli terhadap isu-isu sosial seperti

³¹ Ganjar Center. 2023. Lima Gaya Kepemimpinan Ganjar Pranowo, <https://ganjarcenter.id/2023/07/05/lima-gaya-kepemimpinan-ganjar-pranowo/> (24 Januari 2025)

kemiskinan, pendidikan, dan kesehatan. Dengan demikian, pemimpin dapat membangun kepercayaan dan dukungan dari rakyat.

Pemimpin Indonesia memiliki ciri khas yang kuat, antara lain: nasionalisme, kepemimpinan partisipatif, empati, keadilan dan kesetaraan. Mereka juga memiliki visi dan misi yang jelas, kemampuan komunikasi efektif, kepemimpinan inspiratif dan pengambilan keputusan tepat. Selain itu, integritas, kesabaran, kreativitas dan kesederhanaan merupakan karakteristik pribadi yang penting. Pemimpin Indonesia juga harus memahami dan menghargai keberagaman budaya, berkomunikasi efektif dalam bahasa Indonesia dan peduli terhadap isu-isu sosial seperti kemiskinan dan pendidikan. Contoh pemimpin inspiratif Indonesia adalah Sukarno, Sutan Sjahrir, Abdurrahman Wahid, Megawati Soekarnoputri dan Joko Widodo. Hal ini terbentuk dari berbagai faktor, termasuk sejarah perjuangan kemerdekaan, keberagaman budaya, nilai-nilai tradisional, kebutuhan dan tantangan bangsa, serta nilai-nilai universal. Pemimpin Indonesia harus memiliki semangat nasionalisme, memahami keberagaman budaya, dan menghargai musyawarah serta mufakat. Serta harus peduli terhadap isu-isu sosial, mengelola konflik, dan meningkatkan kemandirian ekonomi. Integritas, keadilan, empati, dan transparansi merupakan nilai-nilai yang penting bagi pemimpin Indonesia. Konteks politik demokratis dan partisipatif juga mempengaruhi ciri khas pemimpin Indonesia.

Bio “Tuanku Ya Rakyat Jabatan Cuman Mandat”³²

Denotasi : Tuanku Ya Rakyat Jabatan Cuman Mandat, menegaskan bahwa ia adalah pemimpin yang selalu mengutamakan rakyat dan jabatan yang ia miliki hanyalah mandat saja.

Konotasi : "Tuan ku, Yah Rakyat, jabatan cuman mandat" menunjukkan makna yang mendalam tentang kesadaran akan tanggung jawab sebagai pemimpin.

³²Bio Ganjar dikutip dari akun *instagram* resmi @ganjar_pranowo pada 14 November 2024

Secara denotatif, kalimat ini menyatakan bahwa jabatan hanya sebagai kepercayaan (mandat) dari rakyat. Kata "Tuan ku" menunjukkan kesadaran akan tanggung jawab, sedangkan "Yah" menunjukkan kesepakatan dan komitmen.

Kalimat ini mengandung makna kesabaran, kerendahan hati dan kesadaran akan batasan kekuasaan. Penggunaan bahasa informal menunjukkan kesederhanaan dan kesabaran. Struktur kalimat sederhana menekankan esensi pesan. Kalimat ini merepresentasikan nilai demokrasi dan kekuasaan rakyat, menggambarkan pemimpin yang memahami tanggung jawabnya kepada rakyat. Ini menunjukkan kesadaran akan pentingnya akuntabilitas dan transparansi, serta mengkonstruksi citra pemimpin yang humble dan peduli rakyat. Kalimat tersebut menunjukkan bahwa pemimpin tersebut memandang dirinya sebagai pelayan rakyat, bukan sebagai penguasa, memandang jabatan sebagai mandat dari rakyat, sehingga mereka harus bertanggung jawab kepada rakyat serta memiliki kesadaran akan tanggung jawabnya sebagai pemimpin dan tidak hanya memandang jabatan sebagai kekuasaan.

Mitos : Bio *Instagram* Ganjar Pranowo, "Tuanku ya rakyat, jabatan cuman mandat", merupakan manifestasi komitmen kepemimpinannya yang mengedepankan kepentingan rakyat, sehingga memperkuat citranya sebagai pemimpin yang merakyat dan demokratis.

Postingan pada 03 Januari 2024



Gambar 4. 2: Postingan pada 03 Januari 2024

Sumber : https://www.instagram.com/ganjar_pranowo

“Selamat pagi. Belajar dari filosofi ukiran Jepara, betapa indahnya hidup yang mengedepankan keharmonisan antar manusia yang dilandasi sikap saling menghormati dan terbuka. Semoga kita semua hari ini diberi kesehatan,

kelancaran rezeki dan kesempatan bertemu dengan orang baik yang membimbing kita ke jalan yang baik pula.”³³

Denotasi : Ganjar Pranowo membuat kerajinan ukir kayu Jepara menunjukkan aktivitas nyata dan keterlibatan dengan masyarakat.

Konotasi : Ganjar Pranowo membuat kerajinan ukir kayu Jepara ditengah – tengah masyarakat, menunjukkan bahwa ia ingin berinteraksi langsung dengan rakyat dan memahami kebutuhan mereka. Mimik wajah serius Ganjar Pranowo menunjukkan keseriusan dan komitmen terhadap pekerjaan dimana kerajinan ukir kayu membutuhkan kemampuan dan kesabaran. Hal ini sesuai pada *caption* postingan tersebut yang mengnadung makna filosofi tentang pentingnya keharmonisan, menghormati dan terbuga dalam hubungan manusia. Filosofi kerajinan ukir kayu Jepara mencerminkan nilai – nilai budaya dan masyarakat Jepara, antara lain :³⁴ Kesabaran dan Ketelatenan, Proses pengukiran kayu membutuhkan kesabaran dan ketelatenan, mencerminkan pentingnya kesabaran dalam menghadapi tantangan hidup. Kreativitas dan inovasi, Kerajinan ukir kayu Jepara menampilkan kreativitas dan inovasi, mencerminkan pentingnya berfikir kreatif dan inovasi. Kesederhanaan dan keharmonisan, Desain ukir kayu Jepara seringkali sederhana namun elegan, mencerminkan pentingnya kesederhanaan dan keharmonisan dalam hidup.

Mitos : Postingan tersebut menciptakan mitos bahwa Ganjar Pranowo adalah pemimpin yang peduli dengan tradisi dan budaya dimana aktivitas membuat kerajinan ukir kayu menunjukkan kesabaran dan kemampuan, sifat – sifat yang dibutuhkan seorang pemimpin. Seorang pemimpin yang efektif harus memiliki kesabaran dan kemampuan yang memadai. Kesabaran yang dimaksud meliputi ketenangan dalam menghadapi tekanan, kestabilan emosi, serta kemampuan mengelola stres. Sementara itu, kemampuan yang dibutuhkan meliputi

³³ *Caption* Postingan pada 03 Januari 2024 dikutip pada 17 Oktober 2024

³⁴ Fitria Utami, Rahmi Nur, *et al.*, eds. 2021. *Etnomatematika : Eksplorasi Seni Ukir Jepara*. JP3M (Jurnal Penelitian Pendidikan dan Pengajaran Matematika), 7(1), 23-28

kemampuan strategis, pengelolaan waktu, komunikasi efektif, pengambilan keputusan, serta kemampuan mengembangkan masyarakat. Selain itu, integritas, kreativitas, dan kemampuan beradaptasi juga sangat penting untuk mencapai kesuksesan. Dengan kombinasi kesabaran dan kemampuan tersebut, seorang pemimpin dapat menginspirasi dan memotivasi masyarakat, serta mencapai tujuan.

Postingan 02 Januari 2024



Gambar 4. 3: Postingan pada 02 Januari 2024

Sumber : https://www.instagram.com/ganjar_pranowo

“Bersama petani Desa Wilalung Demak kita membahas mengapa pupuk bersubsidi sering langka di pasaran. Ternyata ini terjadi karena kuotanya dikurangi pemerintah. Ganjar Mahfud berkomitmen menambah kuota pupuk bersubsidi dan akan membangun tiga pabrik pupuk untuk memenuhi kebutuhan petani.”³⁵

Denotasi : Pertemuan Ganjar Mahfud dengan petani Desa Wilalung Demak untuk membahas masalah kelangkaan pupuk bersubsidi.

Konotasi : Ganjar Mahfud sebagai pemimpin yang peduli dengan kebutuhan petani dan berkomitmen untuk memenuhi kebutuhan mereka. Pemerintah sebelumnya dianggap tidak memenuhi kebutuhan petani dengan mengurangi kuota pupuk bersubsidi. Pembangunan tiga pabrik pupuk sebagai solusi untuk memenuhi kebutuhan petani dan meningkatkan kemandirian industri pupuk.

³⁵ Caption Postingan pada 02 Januari 2024 dikutip pada 19 Oktober 2024

Mitos : Pemimpin yang ideal adalah pemimpin yang peduli dengan kebutuhan rakyat dan berkomitmen untuk memenuhi kebutuhan mereka. Kemandirian industri pupuk sebagai kunci untuk meningkatkan kesejahteraan petani dan memenuhi kebutuhan mereka. Pembangunan infrastruktur sebagai solusi untuk memenuhi kebutuhan rakyat dan meningkatkan kesejahteraan mereka.

b) Analisis Citra Kepemimpinan (*Law of Leadership*) Ganjar Pranowo
Postingan pada 28 November 2023



Gambar 4. 4: Postingan pada 28 November 2023

Sumber : https://www.instagram.com/ganjar_pranowo

“Bersama anak-anak muda Merauke kita menyepakati satu hal: *creative hub* yang jadi pusat pelatihan skill dan pendampingan bisnis harus berdiri di seluruh Indonesia. Dari sini kelak lahir jutaan *entrepreneur* muda yang menyelesaikan beragam persoalan bangsa. Yuk kita wujudkan”³⁶

Denotasi : Ganjar Pranowo Bersama anak-anak muda Merauke. Dengan *caption* postingan tersebut secara harfiah berarti membangun *creative hub* untuk pelatihan skill dan pendampingan bisnis di seluruh Indonesia.

Konotasi : “*Creative hub*” sebagai metafora untuk kemajuan dan inovasi. Yuk kita wujudkan” sebagai kalimat harapan untuk memotivasi. Mengandung makna positif seperti kemajuan, inovasi, wirausaha, dan pengembangan potensi muda. Pernyataan ini mengacu pada budaya inovatif dan kreatif masyarakat Indonesia. Ganjar Pranowo berdiri tegap menghadap anak-anak muda dengan mengenakan kemeja hitam. Postur tegap menunjukkan kepercayaan diri dan kesediaan untuk

³⁶ *Caption* Postingan pada 28 November 2023 dikutip pada 17 Oktober 2024

menghadapi tantangan. Kemeja hitam bisa dianggap sebagai simbol kesederhanaan dan kesabaran, sifat yang penting bagi seorang pemimpin. Warna hitam kerap diasosiasikan dengan kekuatan, kesederhanaan, dan ketegasan. Penggunaan warna ini dapat menunjukkan Ganjar Pranowo sebagai sosok yang kuat dan tegas dalam memimpin.

Mitos : Di Indonesia, menghadapi anak-anak muda dengan kesederhanaan dan kekuatan dapat menunjukkan komitmen terhadap pembangunan generasi muda. Ganjar Pranowo menunjukkan karakteristik kepemimpinan yang visioner, inovatif, kolaboratif, motivatif dan peduli. Membangun Indonesia yang maju, berdaya saing, dan menyelesaikan persoalan bangsa melalui kreativitas dan inovasi. Dalam konteks budaya, pernyataan ini mengacu pada budaya inovatif dan kreatif masyarakat Indonesia. Dalam konteks politik, pernyataan ini digunakan untuk membangun citra Ganjar Pranowo sebagai pemimpin yang peduli terhadap pengembangan kemampuan masyarakat. Sementara itu, dalam Konteks Komunikasi, pernyataan ini efektif dalam membangun komunikasi yang inspiratif dan motivatif.

Postingan pada 18 Januari 2024



Gambar 4. 5: Postingan pada 18 Januari 2024

Sumber : https://www.instagram.com/ganjar_pranowo

“Komitmen kami adalah menciptakan kepastian hukum agar pencegahan sekaligus pemberantasan korupsi berjalan optimal. Komitmen ini bukan sekadar angan-angan, karena kami telah membuktikan. Maka lahirlah tiga jari, tiga janji: Taat Pada Tuhan ,Patuh Pada Hukum, Setia Kepada Rakyat”³⁷

³⁷ Caption Postingan pada 18 Januari 2024 dikutip pada 19 Oktober 2024

Denotasi : Penegasan Komitmen Ganjar Pranowo untuk melakukan pemberantasan korupsi pada acara penguatan anti korupsi di Gedung KPK. Hal ini didukung dengan *caption* pada postingan tersebut yang secara harfiah menunjukkan komitmen Ganjar Pranowo untuk menciptakan kepastian hukum dan memberantas korupsi.

Konotasi : Pernyataan ini mengandung makna kepemimpinan yang peduli terhadap masyarakat dan Negara dengan menunjukkan keseriusan Ganjar Pranowo dalam memberantas korupsi serta mengandung makna kesetaraan dan keadilan bagi seluruh masyarakat. Komitmen Ganjar Pranowo dalam menciptakan kapasitas hukum anti – korupsi dipertegas dengan tiga janjinya yaitu “Taat pada Tuhan, Patuh pada Hukum, Setia pada Rakyat” yang ditampilkan di videotron. Tiga janji ini dapat dimaknai dengan mengakui dan melaksanakan ajaran agama serta nilai – nilai moral yang universal, menghormati dan mematuhi peraturan perundang – undang yang berlaku di Indonesia, dan mengutamakan kepentingan dan kesejahteraan rakyat. ekspresi serius dan tegas Ganjar Pranowo mencerminkan keseriusan dan komitmen kuat melawan korupsi, menunjukkan kepemimpinan yang bertanggung jawab, dan berintegritas. Hal ini juga mencerminkan penghormatan terhadap hukum dan keadilan, serta proteksi terhadap kepentingan masyarakat. Ekspresi ini membangun kepercayaan masyarakat dan menginspirasi perubahan sosial serta politik. Ia menunjukkan kesadaran akan gravitas masalah korupsi dan keberanian dalam mengambil keputusan. Penggunaan jaket bomber army oleh Ganjar Pranowo dalam postingan ini, merupakan representasi simbolik kesederhanaan, kekuatan dan kepribadian santai, Jaket bomber nya menampilkan atribut-atribut yang mencerminkan visi dan misinya, yaitu: kekuatan (sat set, tas tes), identitas (nomor tiga), patriotisme (bendera Merah-Putih), komitmen pendidikan (kuliah gratis anak prajurit/bayangkara), kebijakan pertahanan moderat dan strategi geopolitik.

Mitos : Ganjar Pranowo merupakan contoh kepemimpinan yang visioner, peduli, dan bertanggung jawab. Ia menampilkan citra pemimpin ideal yang kuat, berani, dan integritas melalui perjuangan anti – korupsi, menekankan keadilan, transparansi dan perlindungan masyarakat untuk menciptakan perubahan sosial – politik positif. Korupsi di Indonesia merupakan masalah serius yang berdampak pada berbagai aspek kehidupan masyarakat. Penyebab korupsi meliputi faktor internal seperti sikap dan sifat individu yang lemah, serta faktor eksternal seperti sistem yang tidak transparan. Bentuk-bentuk korupsi yang sering terjadi meliputi kerugian keuangan negara, suap menyuap, penggelapan dalam jabatan, pemerasan, perbuatan curang, benturan kepentingan dalam pengadaan dan gratifikasi.

Postingan pada 02 Februari 2024



Gambar 4. 6: Postingan pada 02 Februari 2024
Sumber : https://www.instagram.com/ganjar_pranowo

“Hujan maupun panas bukan halangan. Di mana- mana saya lihat pancaran semangat kemenangan. Termasuk waktu ketemu saudara-saudaraku warga Tuban. Bismillah.”³⁸

Denotasi : Semangat berkampanye Ganjar Pranowo di Tuban walaupun hujan.

Konotasi : Ganjar Pranowo menunjukkan kepemimpinan yang kuat dan percaya diri. Dengan mengangkat tangan penuh perjuangan dan ekspresi wajah serius, mengangkat tangan dapat melambangkan kekuatan dan kepemimpinan dan

³⁸ *Caption Postingan pada 02 Februari 2024 dikutip pada 19 Oktober 2024*

ekspresi wajah serius menunjukkan keseriusan dan komitmen terhadap perjuangan. Gerakan ini menunjukkan kesadaran akan pentingnya perjuangan dan perubahan. Dengan mengucapkan "Bismillah", ia menunjukkan kesadaran akan pentingnya kepercayaan dan ketabahan. Perjuangannya saat kampanye hujan-hujan mengandung makna ketabahan fisik dan mental, komitmen politik, serta dedikasi untuk mempertahankan visi. perjuangan ini mengandung simbol kekuatan, pengorbanan dan solidaritas dengan masyarakat. Hujan menjadi simbol tantangan yang dihadapi dengan keberanian dan keteguhan. Perjuangan ini memperkuat citra Ganjar sebagai pemimpin yang kuat, dekat dengan rakyat dan berkomitmen membangun masa depan yang lebih baik. Ia memperlihatkan semangat perjuangan yang menginspirasi. Dengan ketabahan dan keberanian, ia menghadapi kesulitan dan tantangan tanpa menyerah. Perjuangannya menjadi contoh untuk terus maju, tidak menyerah pada kesulitan dan selalu berfokus pada tujuan. Semangat ini sangat penting dalam membangun karakter yang kuat dan menghasilkan kesuksesan.

Mitos : Ganjar Pranowo menggambarkan komitmen kepemimpinannya untuk membangun semangat dan motivasi masyarakat. Pemimpin yang memiliki semangat dan kemampuan memotivasi masyarakat dapat membawa perubahan positif yang signifikan. Mereka memiliki visi yang jelas, berkomunikasi efektif dan persuasif, serta memahami kebutuhan masyarakat. Dengan kepemimpinan transparan dan akuntabel, mereka menginspirasi dan memotivasi masyarakat untuk mencapai tujuan bersama.

Postingan pada 29 Desember 2023



Gambar 4. 7: Postingan pada 29 Desember 2023
 Sumber : https://www.instagram.com/ganjar_pranowo

“Di hadapan saudara-saudara saya warga Wonogiri, saya meluncurkan salah satu program unggulan #ganjarmahfud2024 yaitu SMK Gratis Lulus Langsung Kerja. Ini adalah sekolah khusus untuk siswa dari keluarga tidak mampu yang memakai model asrama. Maka semua biaya keperluan hidup dan biaya keperluan belajar siswa akan ditanggung negara.

SMK Asrama ini akan kita bangun di seluruh kabupaten kota di Indonesia. Selain itu sekolah ini juga akan menjalin kerja sama dengan perusahaan dari dalam maupun luar negeri. Agar terjadi transfer teknologi sekaligus ketika siswa lulus bisa langsung bekerja di sana”³⁹

Denotasi : Peluncuran program SMK Gratis Lulus Langsung Kerja oleh Ganjar Mahfud, yang merupakan sekolah khusus untuk siswa dari keluarga tidak mampu dengan model asrama dan biaya yang ditanggung negara.

Konotasi : Ganjar Pranowo sebagai pemimpin yang peduli dengan pendidikan dan kemajuan anak-anak muda Indonesia, terutama dari keluarga tidak mampu. Program SMK Gratis Lulus Langsung Kerja sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas pendidikan dan kemampuan kerja anak-anak muda Indonesia. Kerja sama dengan perusahaan dari dalam dan luar negeri sebagai sarana untuk transfer teknologi dan meningkatkan kemampuan kerja siswa.

Mitos : Pemimpin yang ideal adalah pemimpin yang peduli dengan pendidikan dan kemajuan anak-anak muda Indonesia, terutama dari keluarga tidak mampu.

³⁹ Caption Postingan pada 29 Desember 2023 dikutip pada 19 Oktober 2024

Pendidikan sebagai kunci untuk meningkatkan kualitas hidup dan kemampuan kerja anak-anak muda Indonesia. Kerja sama dengan perusahaan sebagai sarana untuk meningkatkan kemampuan kerja dan transfer teknologi.

Pendidikan merupakan upaya bersama antara keluarga, masyarakat, dan pemerintah untuk mempersiapkan generasi penerus bangsa yang cerdas dan berkualitas. Peningkatan mutu pendidikan harus menjadi prioritas pemerintah untuk mencapai tujuan nasional "mencerdaskan kehidupan bangsa" sebagaimana tertuang dalam UUD 1945.

Pemimpin memiliki peran penting dalam mewujudkan pendidikan yang berkualitas melalui kebijakan yang tepat. Pembangunan infrastruktur harus diimbangi dengan pembangunan pendidikan yang baik, seperti yang sedang terjadi di Kabupaten Kuningan. Dengan demikian, kita dapat mewujudkan bangsa yang cerdas dan berkualitas untuk menghadapi tantangan zaman.

Peluncuran program SMK gratis lulus langsung kerja oleh Ganjar Pranowo memiliki hubungan yang erat dengan alinea ke-4 UUD 1945. Alinea ke-4 UUD 1945 menyebutkan bahwa salah satu tujuan nasional Indonesia adalah "mencerdaskan kehidupan bangsa"⁴⁰. Dengan meluncurkan program SMK gratis, Ganjar Pranowo berupaya untuk mencapai tujuan tersebut dengan memberikan akses pendidikan yang lebih luas dan berkualitas kepada masyarakat. Program ini juga bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan siswa, sehingga mereka dapat langsung bekerja setelah lulus dan berkontribusi pada pembangunan bangsa. Dengan demikian, program SMK gratis lulus langsung kerja merupakan salah satu upaya untuk mencerdaskan kehidupan bangsa dan mencapai tujuan nasional Indonesia.

⁴⁰ Republik Indonesia, *Undang – Undang Dasar 1945*.

c) Analisis Citra Kepribadian (*Law of Personality*) Ganjar Pranowo
Postingan pada 18 Desember 2023



Gambar 4. 8: Postingan pada 18 Desember 2023

Sumber : https://www.instagram.com/ganjar_pranowo

“Durian mengajarkan kita agar tak gampang menyerah pada keadaan. Karena setelah perjuangan penuh duri dan onak tajam, yang kita dapatkan hanyalah kenikmatan dan kebahagiaan.”⁴¹

Denotasi : Ganjar Pranowo menikmati durian bersama masyarakat. Dengan *caption* pada postingan ini secara harfiah berarti durian mengajarkan ketabahan dan kesabaran.

Konotasi : Dengan *caption* pada postingan ini, mengandung makna filosofis tentang pentingnya perjuangan dan kesabaran. Setelah melewati proses panjang dan sulit, seperti duri dan onak tajam, kita akan meraih kenikmatan dan kebahagiaan. Ini mengingatkan untuk tetap tabah, sabar, dan percaya diri dalam menghadapi tantangan. Pesan ini sangat inspiratif, mengajak untuk terus berjuang meraih tujuan dan tidak menyerah pada kesulitan. Sebagaimana Ganjar Pranowo ingin menyampaikan, kesabaran dan ketabahan adalah kunci untuk mencapai kesuksesan. Kegiatannya menikmati durian bersama masyarakat merupakan simbol kepedulian, kesabaran, dan kebersamaan yang mendalam. Dengan tersenyum ramah dan berinteraksi langsung, ia menunjukkan komitmen sebagai pemimpin yang peduli dan dekat dengan masyarakat. Ia melambangkan kesatuan dan kebersamaan antara pemimpin dan rakyat, serta pengakuan dan penghargaan

⁴¹ *Caption* Postingan pada 18 Desember 2023 dikutip pada 19 Oktober 2024

terhadap kebudayaan lokal. Kerumunan warga menunjukkan antusiasme dan dukungan terhadapnya, memperlihatkan kepercayaan masyarakat terhadap kepemimpinannya. Secara ideologis, foto ini memperkuat citra Ganjar sebagai pemimpin yang dekat dengan rakyat, menghargai kekayaan budaya Indonesia, dan berkomitmen membangun masa depan yang lebih baik.

Mitos : Ganjar Pranowo sebagai simbol pemimpin yang peduli dan dekat dengan masyarakat. Budaya makan durian di Indonesia memiliki makna yang mendalam dan beragam. Durian merupakan simbol kekayaan alam, kesenangan dan kebersamaan. Tradisi ini telah menjadi kebiasaan turun-temurun di berbagai daerah, seperti Sumatera, Kalimantan, Jawa dan Sulawesi. Makan durian bersama masyarakat memperkuat ikatan sosial dan menjadi bagian dari upacara panen, perayaan hari raya serta ritual adat. Durian juga memiliki makna simbolis, seperti kekuatan, kemakmuran dan kesabaran. Sebagai sumber pendapatan dan pemenuhan kebutuhan gizi, durian memainkan peran penting dalam masyarakat Indonesia.

Postingan pada 29 November 2023



Gambar 4. 9: Postingan pada 29 November 2023
Sumber : https://www.instagram.com/ganjar_pranowo

“Sarapan bubur ayam bersama dua adik dari Merauke; Abraham dan Kendro. Keduanya kelas 1 dan 4 SD. Keinginan mereka rupanya sederhana. Pngen sekolah sampai sarjana sehingga bisa kerja dan membantu ekonomi orang tuanya. Saya semakin yakin program Satu Keluarga Miskin Satu Sarjana sangat

dibutuhkan masyarakat di seluruh Indonesia. Mari kita sama sama berjuang mewujudkannya.”⁴²

Denotasi : Ganjar Pranowo sarapan bubur ayam bersama adik - adik dari Merauke. Dengan *captions* postingan tersebut secara harfiah menunjukkan Komitmen mendukung program Satu Keluarga Miskin Satu Sarjana.

Konotasi : Kepedulian terhadap pendidikan anak-anak kurang mampu dan menginspirasi perubahan sosial melalui pendidikan. Kepemimpinannya menunjukkan komitmen kuat dalam mengurangi kesenjangan sosial. Pakaian kaos hitam panjang yang ia pakai saat makan bersama adik - adik melambangkan kesederhanaan dan komitmen terhadap kepedulian sosial. Program satu keluarga miskin satu sarjana yang dikembangkan oleh Ganjar Pranowo merupakan strategi intervensi pendidikan untuk mengurangi kemiskinan dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Program ini bertujuan memperkuat akses pendidikan tinggi bagi keluarga miskin, sehingga dapat memperbaiki kemampuan ekonomi dan sosial mereka. Dengan demikian, program ini diharapkan dapat menciptakan sumber daya manusia yang kompeten dan inovatif, serta memutus rantai kemiskinan. Implementasi program ini juga diharapkan dapat menjadi model bagi daerah lain dalam mengatasi kemiskinan melalui pendidikan.

Mitos : Kepemimpinan Ganjar Pranowo menunjukkan bahwa kesederhanaan, dan kepedulian sosial adalah nilai-nilai penting dalam membangun masyarakat. Ia ingin mengatasi kemiskinan melalui pendidikan. Dalam hal ini, pendidikan memang sangat penting. Pendidikan merupakan kunci penting untuk mensejahterakan kehidupan. Dengan pendidikan, individu dapat meningkatkan kesadaran, kemampuan dan keterampilan yang membuka kesempatan kerja dan meningkatkan pendapatan. Pendidikan juga mengurangi kemiskinan, kesenjangan sosial dan mengembangkan kemampuan berpikir kritis serta solusi masalah. Investasi dalam pendidikan anak-anak dan remaja akan membentuk

⁴²Caption Postingan pada 29 November 2023 dikutip pada 19 Oktober 2024

generasi yang lebih cerdas, inovatif dan berkontribusi pada masyarakat. Oleh karena itu, pendidikan harus menjadi prioritas utama untuk mencapai kehidupan yang lebih baik.

Postingan pada 07 Desember 2023



Gambar 4. 10: Postingan pada 07 Desember 2023
 Sumber : https://www.instagram.com/ganjar_pranowo

“Pemerintah dan pemuka agama memang harus gotong royong dalam pembangunan biar terjadi keseimbangan. Tidak bisa jalan sendiri-sendiri. Terimakasih Romo Welibrodu, Sekretaris Keuskupan Agung Samarinda atas segala kehangatan dan keramahannya. Semoga apa yang kita cita-citakan serta apa yang kita kerjakan menghadirkan lebih banyak manfaat untuk kemaslahatan.”⁴³

Denotasi : Peremuan Ganjar Pranowo dan Romo Welibrodu, Sekretaris Keuskupan Agung Samarinda. Dengan *captions* postingan tersebut secara harfiah pemerintah dan pemuka agama harus dalam pembangunan.

Konotasi : Pemerintah dan pemuka agama tidak bisa bekerja sendiri – sendiri. Pemerintah dan pemuka agama memiliki peran penting dalam menciptakan keseimbangan pembangunan. Kerja sama antara kedua belah pihak dapat membawa dampak positif bagi masyarakat. Dengan bekerja sama, dapat membangun infrastruktur, meningkatkan kualitas hidup, dan menciptakan kemaslahatan yang lebih baik. Oleh karena itu, kerja sama ini harus terus

⁴³ *Caption* Postingan pada 07 Desember 2023 dikutip pada 06 November 2024

ditingkatkan dan dikembangkan. Berjabat tangan memiliki makna yang luas dalam interaksi sosial. Tindakan ini melambangkan kesopanan, penghormatan dan kepedulian terhadap orang lain. Dengan berjabat tangan, dapat menunjukkan komitmen untuk membangun hubungan sosial yang baik dan memperkuat ikatan antar-manusia. Hal ini juga mencerminkan nilai-nilai budaya dan sosial yang mendalam. Berjabat tangan antarumat beragama memiliki makna yang mendalam. Tindakan ini tidak hanya menunjukkan kesopanan dan penghormatan, tetapi juga membangun kebersamaan dan kesatuan. Dengan berjabat tangan, menunjukkan komitmen untuk membangun masyarakat yang harmonis dan berkeadilan, serta menghargai perbedaan agama sebagai kekayaan budaya dan spiritual.

Mitos : Ganjar Pranowo mencerminkan kepemimpinan yang menjunjung tinggi toleransi umat beragama. Ia merupakan tokoh politik yang menjunjung tinggi toleransi umat beragama di Indonesia. Kerjasama lintas agama dalam pembangunan sosial juga menjadi fokusnya. Dengan demikian, ia berkontribusi memperkuat keharmonisan beragama di Indonesia. Indonesia merupakan negara dengan keberagaman agama yang tinggi. Dengan enam agama resmi yang diakui, yaitu Islam, Kristen Protestan, Katolik, Hindu, Buddha dan Konghucu, negara ini menjadi contoh nyata toleransi beragama. Pancasila, dasar negara, mengakui keberagaman agama dan menekankan pentingnya toleransi. UUD 1945 juga menjamin kebebasan beragama dan mengakui hak-hak minoritas.⁴⁴

Kebhinekaan menjadi semboyan negara yang berarti "Berbeda-beda tetapi tetap satu". Hal ini mencerminkan komitmen Indonesia untuk menghargai perbedaan agama dan budaya. Namun, tantangan masih ada. Radikalisme dan diskriminasi masih menjadi perhatian. Untuk mengatasi ini, diperlukan peningkatan kesadaran dan pendidikan tentang toleransi. Penguatan hukum dan kebijakan anti-diskriminasi juga penting. Dialog dan komunikasi antaragama

⁴⁴ Bambang Pranowo, "Pancasila dan Toleransi Beragama: Studi tentang Implementasi Nilai-Nilai Pancasila," *Jurnal Filsafat*, Vol. 22, No. 1 (2012): 1-15

harus ditingkatkan untuk menghindari konflik. Pendidikan toleransi harus menjadi bagian integral dari kurikulum. Dengan demikian, generasi mendatang dapat memahami dan menghargai keberagaman agama. Indonesia dapat menjadi contoh bagi negara lain dalam mengelola keberagaman agama dan mempromosikan toleransi.

Postingan pada 06 Februari 2024



Gambar 4. 11: Postingan pada 06 Februari 2024
Sumber : https://www.instagram.com/ganjar_pranowo

“Beginilah cara Pak Salman, salah satu dari kelompok netra yang tinggal di Balikpapan, mengenali wajah dan tubuh saya. Diraba, dipeluk bahkan dicium. Begitu selesai meraba dan saya melihat beliau tersenyum, wah, hati rasanya mak nyeeess. Semoga cara sederhana itu membuat beliau bahagia.”⁴⁵

Denotasi : Kening Ganjar Pranowo di cium Pak Salman salah satu kelompok netra pada saat kampanye di Balikpapan.

Konotasi : Ciuman di kening memiliki makna yang mendalam, seperti rasa hormat, penghargaan dan kasih sayang. Dalam konteks ini, ciuman Pak Salman kepada Ganjar Pranowo dapat diartikan sebagai bentuk pengakuan dan penghormatan terhadap kepemimpinan Ganja. Kejadian ini juga dapat dilihat sebagai bentuk komunikasi nonverbal yang efektif. Ciuman di kening mengkomunikasikan pesan positif tentang Ganjar Pranowo, seperti kepercayaan dan dukungan dari masyarakat, khususnya kelompok netra di Balikpapan. Dalam konteks sosial, kejadian ini mencerminkan hubungan yang erat antara Ganjar

⁴⁵ *Caption Postingan pada 06 Februari 2024 dikutip pada 06 November 2024*

Pranowo dan masyarakat, terutama kelompok netra. Hal ini menunjukkan bahwa Ganjar memiliki citra positif sebagai pemimpin yang peduli dan dekat dengan rakyat. Sentuhan (meraba, memeluk, mencium) merupakan simbol kasih sayang, penghargaan dan keintiman. Ekspresi wajah (tersenyum) menunjukkan kebahagiaan dan kepuasan dan sentuhan fisik dalam konteks budaya Indonesia mencerminkan kesopanan dan kepedulian.

Mitos : Ganjar Pranowo mencerminkan pemimpin yang empati dan kepedulian terhadap masyarakat. Pemimpin yang memiliki empati dan kepedulian terhadap masyarakat membangun kepercayaan dan kesatuan. Ia mendengarkan, memahami dan berempati terhadap kesulitan masyarakat, serta mengambil keputusan adil dan transparan. Dengan demikian, mereka meningkatkan kualitas hidup, mengurangi konflik sosial dan membangun harmoni.

Personal Branding Ganjar Pranowo

Pada bagian ini peneliti akan menganalisis bentuk *personal branding* Ganjar Pranowo pada 12 unggahan *instagramnya* yang sebelumnya telah dikaji dengan Roland Barthes. Berikut ini analisis *personal branding* menurut Montoya:

1. Citra Spesialisasi (*Laws of Specialization*) Ganjar Pranowo

Konsep Spesialisasi Peter Montoya adalah strategi membangun *personal branding* dengan fokus pada keahlian khusus untuk, membangun citra positif, dan membedakan diri dengan pesaing atau memiliki keunikan dan ciri khas berbeda. Dalam konteks politisi yang mencalonkan diri sebagai presiden, spesialisasi sangat penting untuk membedakan diri dari calon presiden lain dan membangun reputasi yang kuat dengan memerhatikan beberapa karakteristik spesialisasi. Adapun spesialisasi menurut Peter Montoya, yang akan digunakan peneliti untuk mendeskripsikan spesialisasi Ganjar Pranowo :

a. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan (*Ability*) dalam konteks spesialisasi adalah kecakapan atau keahlian khusus yang dimiliki seseorang untuk membedakan diri dari orang lain

dan meningkatkan kredibilitas. Berikut adalah beberapa aspek kemampuan menurut Montoya:

1) Kemampuan komunikasi

Dilihat dari *caption* pada postingan yang dianalisis memperlihatkan Ganjar Pranowo menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami. Komunikasi yang inspiratif dan memotifasi. Ia memiliki gaya bahasa yang sederhana, mudah dipahami dan santai, sehingga terkesan dekat dengan masyarakat. Hal ini membuatnya menjadi pemimpin yang populer dan disenangi masyarakat. Selain itu, penampilan sederhananya juga dapat diartikan sebagai bentuk komunikasi nonverbal yang ingin menunjukkan bahwa ia tidak terlalu mementingkan penampilan fisik, melainkan lebih fokus pada substansi dan kinerja sebagai seorang pemimpin. Dengan tersenyum, Ganjar menunjukkan kesederhanaan dan kepedulian terhadap masyarakat, sehingga membangun hubungan yang lebih dekat dan akrab dengan rakyatnya.

Selain itu, interaksi langsung dengan rakyat juga menunjukkan bahwa ia merupakan seorang pemimpin yang terbuka dan peduli terhadap kebutuhan dan aspirasi masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari aktivitasnya di media sosial, seperti *Instagram*, di mana ia sering berinteraksi dengan pengikutnya dan membagikan informasi tentang kegiatan dan program pemerintah.

Dengan demikian, komunikasi nonverbal merupakan salah satu kekuatan komunikasi politiknya yang efektif dalam membangun hubungan dengan masyarakat dan meningkatkan kepercayaan rakyat terhadapnya.

2) Kemampuan kepemimpinan

Kemampuan kepemimpinan yaitu kemampuan untuk memimpin dan menginspirasi orang lain untuk mencapai tujuan yang sama. Dilihat dari analisis foto profilnya memiliki kemampuan inspiratif yang kuat, terutama ketika dilihat dari penampilannya yang sederhana mencerminkan

nilai-nilai kejujuran, kerja keras, dan kepedulian terhadap sesama. Gaya kepemimpinannya yang inspiratif memenangkan hati masyarakat, terutama karena kemampuannya untuk memotivasi dan menginspirasi orang lain untuk mencapai tujuan bersama.⁴⁶ Analisis pada bio *instagramnya* menunjukkan pemahaman tentang konsep kepemimpinan yang berfokus pada kepentingan rakyat, bukan pada kekuasaan pribadi. Bio *instagramnya* menunjukkan visi tentang keharmonisan antara manusia, yang menunjukkan bahwa ia memiliki tujuan untuk menciptakan masyarakat yang harmonis serta mampu menginspirasi orang lain dengan kalimatnya yang memotivasi dan penuh harapan serta menunjukkan beberapa aspek penting dalam konteks kepemimpinan demokratis.

Pertama, menekankan pentingnya akuntabilitas dan tanggung jawab pemimpin kepada rakyat. Dengan menyatakan bahwa jabatan hanya merupakan mandat dari rakyat, pemimpin mengakui bahwa kekuasaannya berasal dari rakyat dan bahwa ia bertanggung jawab untuk melayani kepentingan rakyat.

Kedua, menunjukkan kesadaran akan batasan kekuasaan pemimpin. Dengan menyatakan bahwa jabatan hanya merupakan mandat, pemimpin mengakui bahwa ia tidak memiliki kekuasaan absolut dan bahwa ia harus bekerja sama dengan rakyat dan lembaga lainnya untuk mencapai tujuan bersama.

Ketiga, menekankan pentingnya kesederhanaan dan kejujuran dalam kepemimpinan. Dengan menyatakan bahwa jabatan hanya merupakan mandat, pemimpin menunjukkan bahwa ia tidak ingin menonjolkan dirinya sebagai seorang pemimpin, melainkan lebih ingin berbaur dengan rakyatnya.

⁴⁶ CNN Indonesia , "Ganjar Pranowo: Pemimpin Inspiratif dari Jawa Tengah", <https://ruangpenggerak.com/kisah-inspiratif-ganjar-pranowo-dedikasi-mengubah-jawa-tengah/> (24 Januari 2024)

Dalam konteks kepemimpinan demokratis, menunjukkan bahwa pemimpin harus memiliki kemampuan untuk berkomunikasi efektif dengan rakyat, memahami kebutuhan dan aspirasi rakyat, serta memiliki kemampuan untuk bekerja sama dengan rakyat dan lembaga lainnya untuk mencapai tujuan bersama.

Analisis postingan pada 03 Januari 2024 menunjukkan visi kepemimpinan yang kuat, yaitu mengedepankan keharmonisan antar manusia, menginspirasi orang lain untuk memiliki sikap yang sama, yaitu saling menghormati dan terbuka serta menunjukkan empati terhadap orang lain, dengan mengucapkan semoga kita semua diberi kesehatan, kelancaran rezeki, dan kesempatan bertemu dengan orang baik. Ia memiliki kemampuan mempengaruhi, memotivasi, dan menginspirasi orang lain. Mempengaruhi orang lain dalam beberapa cara, seperti membangun kesadaran akan pentingnya keharmonisan antar manusia, mengajak orang lain untuk memiliki sikap saling menghormati dan terbuka, serta mempengaruhi orang lain untuk memiliki harapan dan kepercayaan bahwa kehidupan dapat menjadi lebih baik. Selain itu, ia juga memotivasi orang lain untuk memiliki semangat untuk mencapai tujuan yang lebih baik. Membangun kepercayaan diri dan kesadaran akan kemampuan diri sendiri, serta mengajak orang lain untuk memiliki sikap positif dan optimis dalam menghadapi tantangan. Ia juga menginspirasi orang lain untuk memiliki visi dan misi yang lebih luas dan lebih baik. Membangun kesadaran akan pentingnya memiliki nilai-nilai dan prinsip yang baik dalam kehidupan.

Analisis postingan pada 02 Januari 2024, ia mampu mendengarkan dan memahami kebutuhan petani, serta berkomitmen untuk menyelesaikan masalah kelangkaan pupuk bersubsidi.

3) Kemampuan kreatif

Kemampuan kreatif yaitu kemampuan untuk menghasilkan ide – ide baru dan inovatif yang sangat membantu meningkatkan kepercayaan.

Ia memiliki kemampuan kreatif yang tinggi, ditandai dengan penghargaan *Indonesian Innovative Leader pada Government Award 2019*. Ia selalu mencari solusi baru dan inovatif untuk memenuhi kebutuhan rakyat.⁴⁷

Ia menunjukkan penampilan sederhana dilihat dari profil *instagramnya*, yang berbeda dengan pemimpin lain. Ia lebih memilih menggunakan kemeja putih sederhana daripada pakaian formal yang mewah. Ia tidak terpaku pada tradisi dan formalitas, melainkan lebih ingin menunjukkan kesederhanaan dan kejujuran sebagai seorang pemimpin. Hal ini menunjukkan bahwa ia memiliki kemampuan untuk berpikir kreatif dan inovatif dalam memimpin rakyatnya.

Analisis postingan pada 03 Januari 2024 menggunakan metafora "filosofi ukiran Jepara" untuk menggambarkan keharmonisan antar manusia, menggunakan bahasa yang inspiratif dan motivatif untuk menginspirasi orang lain serta menggunakan simbolisme "ukiran Jepara" untuk menggambarkan keindahan dan keharmonisan antar manusia.

Analisis postingan pada 02 Januari 2024, Kemampuan kreatifitas juga ditunjukkan oleh Ganjar Praowo dengan solusi yang ditawarkan, yaitu menambah kuota pupuk bersubsidi dan membangun tiga pabrik pupuk baru. Ini menunjukkan kemampuan untuk berpikir kreatif dan mencari solusi yang inovatif untuk mengatasi masalah.

4) Kemampuan adaptif (penyesuaian diri)

Kemampuan adaptif yaitu kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan dan situasi baru.

Strategi *personal branding* yang ditunjukkan Ganjar Pranowo dengan penampilannya menggunakan kemeja putih merupakan bagian dari upayanya untuk membangun citra sebagai pemimpin yang sederhana, dekat

⁴⁷Jatengprov.Go.Id, "Ganjar Kembali Dinobatkan Sebagai Pemimpin Inovatif Indonesia". <https://jatengprov.go.id/beritaopd/ganjar-kembali-dinobatkan-sebagai-pemimpin-inovatif-indonesia/> (24 Januari 2025)

dengan rakyat, dan peduli terhadap kepentingan mereka. Analisis postingan pada 03 Januari 2024, menunjukkan kemampuan beradaptasi dengan perubahan yaitu dengan mengucapkan semoga kita semua diberi kesehatan, kelancaran rezeki, dan kesempatan bertemu dengan orang baik. Ia juga menunjukkan kemampuan menghadapi tantangan, yaitu dengan mengedepankan keharmonisan antar manusia dan saling menghormati serta kemampuan berinovasi, yaitu dengan menggunakan metafora dan simbolisme untuk menggambarkan keharmonisan antar manusia.

Analisis postingan pada 02 Januari 2024, Ia berkomitmen untuk menambah kuota pupuk bersubsidi dan membangun pabrik pupuk baru untuk memenuhi kebutuhan petani. Dengan demikian, ia menunjukkan kemampuan beradaptasi dengan memberikan solusi yang inovatif dan efektif untuk mengatasi masalah kuota pupuk.

b. Perilaku (*Behavior*)

Menurut Peter Montoya, perilaku (*Behavior*) adalah tindakan atau cara seseorang berinteraksi dengan orang lain dan lingkungan sekitarnya. Perilaku ini mencakup: 1. Kemampuan Berkomunikasi: Kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif dengan orang lain. 2. Kemampuan Bekerja Sama: Kemampuan untuk bekerja sama dengan orang lain dalam mencapai tujuan. 3. Kemampuan Mengelola Konflik: Kemampuan untuk mengelola konflik dan menyelesaikan masalah. 4. Kemampuan Menunjukkan Empati: Kemampuan untuk menunjukkan empati dan memahami perspektif orang lain. 5. Kemampuan Menunjukkan Integritas: Kemampuan untuk menunjukkan integritas dan kejujuran dalam berinteraksi dengan orang lain. Peter Montoya juga menekankan bahwa perilaku yang positif dapat membantu meningkatkan kepercayaan.

Analisis bio *instagramnya* menunjukkan daya tarik yang besar dan mempengaruhi masyarakat. Ia peduli dengan kebutuhan masyarakat dan selalu berusaha untuk memenuhinya serta melibatkan partisipasi masyarakat dalam

proses pengambilan keputusan. Ia lahir dari keluarga sederhana dan memiliki latar belakang sebagai seorang pengacara dan konsultan hukum⁴⁸. Sebagai mantan Gubernur Jawa Tengah, ia menunjukkan perilaku sederhana dengan mengenakan pakaian yang sederhana dan tidak berlebihan.

Analisis postingan pada 03 Januari 2024, Ganjar Pranowo menunjukkan kemampuan komunikasi yang baik, yaitu dengan menggunakan bahasa yang jelas, efektif, dan mudah dipahami. Selain itu, ia juga menggunakan simbolisme "filosofi ukiran Jepara" untuk menggambarkan keharmonisan antar manusia, yang menunjukkan kemampuan menggunakan bahasa yang kreatif dan inspiratif. Selain itu, ia juga mengedepankan keharmonisan antar manusia dan mengajak orang lain untuk memiliki sikap yang sama, yaitu saling menghormati dan terbuka. Hal ini menunjukkan kemampuan bekerja sama yang baik dan menghargai perbedaan. Ia mengerti dan menghargai perasaan orang lain, serta menjunjung tinggi nilai-nilai yang baik seperti keharmonisan, saling menghormati, dan terbuka.

Analisis postingan pada 02 Januari 2024, kemampuan bekerja sama Ganjar Pranowo dapat dilihat dari pernyataannya yang menekankan pentingnya kerja sama dengan petani Desa Wilalung Demak untuk menyelesaikan masalah kelangkaan pupuk bersubsidi. Ia juga berkomitmen untuk membangun tiga pabrik pupuk untuk memenuhi kebutuhan petani, yang menunjukkan kemampuan untuk bekerja sama dengan berbagai pihak. Kemampuan mengelola konflik dapat dilihat dari caranya menangani masalah kelangkaan pupuk bersubsidi. Ia tidak menyalahkan pihak lain, melainkan berusaha untuk menemukan solusi yang tepat untuk menyelesaikan masalah tersebut. Kemampuan menunjukkan empati dapat dilihat dari pernyataannya yang menekankan pentingnya memahami kebutuhan petani. Ia berusaha untuk memahami masalah yang dihadapi oleh petani dan berusaha untuk menemukan

⁴⁸ Rukita. Ganjar Pranowo Sosok yang Merakyat, Ini Profil Lengkapnya, 2023, <https://www.rukita.co/stories/ganjar-pranowo> (24 Januari 2024)

solusi yang tepat untuk menyelesaikan masalah tersebut. Kemampuan menunjukkan integritas dapat dilihat dari komitmennya untuk menambah kuota pupuk bersubsidi dan membangun tiga pabrik pupuk untuk memenuhi kebutuhan petani. Ia menunjukkan komitmen yang kuat untuk menyelesaikan masalah kelangkaan pupuk bersubsidi dan meningkatkan kesejahteraan petani.

c. Gaya Hidup (*Lifestyle*)

Menurut Peter Montoya, gaya hidup adalah cara seseorang menjalani hidupnya, termasuk kebiasaan, nilai-nilai, dan pilihan yang mereka buat. Selain itu, gaya hidup juga mencakup nilai-nilai yang dianut, seperti integritas, kejujuran, atau kesetaraan. Pilihan hidup, seperti karir, hubungan, atau tempat tinggal, juga merupakan bagian dari gaya hidup. Menurut Peter Montoya, gaya hidup yang seimbang dan positif dapat membantu meningkatkan kepercayaan diri, kesuksesan dalam karir dan bisnis, serta kualitas hidup secara keseluruhan.

Dari analisis foto profil menunjukkan bahwa ia sebagai sosok pemimpin yang sederhana, elegan dan berorientasi pada kepentingan rakyat. Hal ini dapat dilihat dari penampilannya yang menggunakan kemeja putih, yang melambangkan kesucian, kejujuran dan kesederhanaan. Dilihat dari penampilannya yang sederhana, ia menunjukkan kesederhanaan dan kejujuran yang sangat penting bagi seorang pemimpin. Ia juga dikenal sebagai pemimpin yang merakyat, dan memiliki kepedulian yang tinggi terhadap kebutuhan rakyat. Dengan demikian, gaya hidup Ganjar Pranowo sangat sesuai dengan nilai-nilai yang dianutnya, yaitu kesederhanaan, kejujuran, kepedulian, dan inovasi. Ia merupakan contoh bagi pemimpin lainnya untuk menunjukkan bahwa kesederhanaan dan kejujuran dapat menjadi kekuatan besar dalam memimpin.⁴⁹ Analisis bio *instagramnya* menunjukkan gaya hidup yang sederhana dan merakyat.

⁴⁹ Ganjar Center, 2023 "Lima Gaya Kepemimpinan Ganjar Pranowo", <https://ganjarcenter.id/2023/07/05/lima-gaya-kepemimpinan-ganjar-pranowo/> (24 Januari 2025)

Analisis postingan pada 03 Januari 2024, Ganjar Pranowo menunjukkan nilai-nilai yang mengutamakan keharmonisan antar manusia, saling menghormati, dan terbuka. Nilai-nilai ini menunjukkan kepercayaan bahwa hubungan yang sehat dan harmonis dapat dibangun melalui sikap menghormati dan terbuka. Ia juga mencerminkan perilaku optimis dengan mengharapkan kesehatan, kelancaran rezeki, dan kesempatan bertemu dengan orang baik.

Analisis postingan pada 02 Januari 2024, Gaya hidup Ganjar Pranowo dapat dilihat dari cara ia berinteraksi dengan masyarakat, terutama petani. Ia menyapa langsung para petani di Desa Wilalung, Demak, dengan mengenakan kemeja putih sederhana dan caping anyaman bambu, menunjukkan bahwa ia ingin berhubungan langsung dengan masyarakat dan memahami kebutuhan mereka. Ia sangat peduli dengan masyarakat, terutama mereka yang membutuhkan. Ia berkomitmen untuk menambah kuota pupuk bersubsidi dan membangun tiga pabrik pupuk untuk memenuhi kebutuhan petani, menunjukkan bahwa ia memiliki visi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, gaya hidupnya juga menunjukkan bahwa ia adalah seorang pemimpin yang memiliki kemampuan untuk mendengarkan dan memahami kebutuhan masyarakat. Ia tidak hanya berbicara tentang janji-janji, tetapi juga menunjukkan tindakan nyata untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh masyarakat.

d. Misi (*Mission*)

Menurut Peter Montoya, misi adalah pernyataan yang jelas dan spesifik tentang tujuan dan arah yang ingin dicapai oleh seseorang atau organisasi. Misi yang efektif harus memiliki beberapa karakteristik, yaitu jelas dan spesifik, terukur dan dapat dicapai, relevan dengan tujuan dan nilai-nilai, inspiratif dan memotivasi, serta fleksibel dan dapat disesuaikan dengan perubahan. Dalam konteks *personal branding*, misi dapat membantu seseorang untuk menjelaskan tujuan dan arah hidup, membuat keputusan yang sesuai dengan nilai-nilai dan

tujuan, membangun reputasi dan kredibilitas, serta meningkatkan motivasi dan produktivitas.

Dari analisis foto profil Ganjar Purnowo dilihat dari penampilannya menunjukkan bahwa ia memiliki misi untuk melayani rakyat dengan tulus dan ikhlas, serta meningkatkan kualitas hidup rakyat. Selain itu, ia juga ingin meningkatkan kesadaran dan partisipasi rakyat dalam pembangunan bangsa, serta membangun kepemimpinan yang transparan, akuntabel, dan berintegritas. Dengan demikian, ia menunjukkan komitmennya untuk menjadi pemimpin yang melayani rakyat dan membangun bangsa yang lebih baik.

Dari analisis bio *instagram*nya menunjukkan misi untuk melayani rakyat dan memenuhi kebutuhan mereka. Ia menganggap jabatan sebagai mandate dari rakyat, sehingga ia bertanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan rakyat.

Analisis postingan pada 03 Januari 2024 menunjukkan misi untuk membangun keharmonisan antar manusia yang dilandasi sikap saling menghormati dan terbuka. Misi ini tercermin dalam kalimat "Belajar dari filosofi ukiran Jepara, betapa indahny hidup yang mengedepankan keharmonisan antar manusia yang dilandasi sikap saling menghormati dan terbuka." Misi ini juga diarahkan untuk mencapai tujuan yang lebih luas, yaitu membangun kesejahteraan dan kemakmuran bagi semua orang. Hal ini tercermin dalam kalimat "Semoga kita semua hari ini diberi kesehatan, kelancaran rezeki dan kesempatan bertemu dengan orang baik yang membimbing kita ke jalan yang baik pula." Dalam konteks misi menurut Peter Montoya, kutipan tersebut dapat dianggap sebagai contoh misi yang jelas dan spesifik dalam menyatakan tujuan dan arah. mengutamakan keharmonisan dan kesejahteraan bagi semua orang dan memprioritaskan nilai-nilai seperti saling menghormati dan terbuka.

Analisis postingan pada 02 Januari 2024, Misi Ganjar Pranowo dapat diidentifikasi sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan petani melalui peningkatan aksesibilitas pupuk bersubsidi dan pengembangan infrastruktur

pendukung pertanian. Dengan pernyataannya tentang pupuk bersubsidi, Ganjar Pranowo menunjukkan kemampuan untuk mempengaruhi kebijakan pemerintah dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Ia juga menginspirasi masyarakat dengan menunjukkan komitmennya untuk meningkatkan kesejahteraan petani dan memajukan pertanian di Indonesia. Selain itu, ia juga memotivasi masyarakat dengan menunjukkan bahwa perubahan dapat dilakukan melalui kerja sama dan partisipasi aktif masyarakat serta menunjukkan bahwa kepemimpinan yang baik dapat membuat perbedaan nyata dalam kehidupan masyarakat.

2. Citra Kepemimpinan (*The Laws of Leadership*) Ganjar Pranowo

Montoya menyatakan bahwa orang pada dasarnya ingin dipengaruhi. Peter Montoya mendefinisikan kepemimpinan sebagai kemampuan untuk mempengaruhi, memotivasi, dan menginspirasi seseorang. Citra kepemimpinan menurut Peter Montoya adalah kemampuan untuk mempengaruhi, memotivasi dan menginspirasi orang lain. Hal ini dicapai melalui karakteristik seperti menginspirasi, memotivasi, mempengaruhi, mengkomunikasikan visi, dan membangun kepercayaan. Dengan demikian, seorang pemimpin dapat membangun citra yang positif dan efektif dalam memimpin dan mencapai tujuan. Melalui analisis Semiotika Roland Barthes, hasil penelitian wawancara – unggahan *instagram* pada masa kampanye : dari foto profil Ganjar Pranowo menunjukkan dirinya sebagai seorang pemimpin yang inovatif, demokratis, dan memiliki komitmen kuat untuk melayani rakyat. Ia dapat mempengaruhi dan memotivasi orang lain melalui karismanya, dan fokus pada kepentingan rakyat, bukan pada penampilan yang mewah atau berlebihan.

Analisis postingan pada 28 November 2023, Penggunaan kata "Bersama" dan "Yuk kita wujudkan" menunjukkan bahwa kalimat tersebut bertujuan untuk mempengaruhi orang lain untuk bergabung dalam membangun dan mendukung *creative hub* di seluruh Indonesia. Ia juga memotivasi anak-anak muda untuk mengembangkan skill dan menjadi *entrepreneur* muda yang sukses dengan

penggunaan kata "jutaan *entrepreneur* muda" menunjukkan bahwa kalimat tersebut bertujuan untuk memotivasi anak-anak muda untuk mencapai tujuan tersebut.

Ia dapat membangun kepercayaan masyarakat terhadap kemampuan dan komitmen untuk membangun *creative hub* dengan penggunaan kata "kita menyepakati" menunjukkan bahwa kalimat tersebut bertujuan untuk membangun kepercayaan dengan cara yang kolaboratif dan inklusif. Ia menunjukkan ketulusan dan kejujurannya mengungkapkan keinginan untuk membangun *creative hub* di seluruh Indonesia, menunjukkan empati terhadap anak-anak muda dan masyarakat yang ingin membangun bisnis dan mengembangkan skill mereka, menunjukkan integritas dalam mengungkapkan komitmen untuk membangun *creative hub*, mengungkapkan harapan bahwa *creative hub* dapat melahirkan jutaan *entrepreneur* muda yang sukses serta menunjukkan tanggung jawab dalam mengungkapkan komitmen untuk membangun *creative hub* dan memastikan bahwa anak-anak muda memiliki kesempatan untuk mengembangkan skill dan menjadi *entrepreneur* yang sukses. Dengan postur tegap tercermin kepercayaan diri dan kesediaan untuk menghadapi tantangan. Penggunaan kemeja hitam juga dapat diartikan sebagai simbol kesederhanaan, kesabaran, kekuatan, dan ketegasan, yang merupakan sifat yang penting bagi seorang pemimpin. Dengan demikian, ia menunjukkan kemampuan kepemimpinan yang kuat, kreatif, dan adaptif, yang sesuai dengan kebutuhan kepemimpinan di era modern. Ini menunjukkan bahwa ia memiliki integritas dan komitmen terhadap nilai-nilai yang dipegangnya yaitu kepedulian terhadap sesama dalam membangun masyarakat yang lebih baik.⁵⁰

Analisis postingan pada 18 Januari 2024, dengan menyatakan komitmen untuk menciptakan kepastian hukum dan mencegah korupsi, ia dapat

⁵⁰ Playbook, Menjadi Pemimpin yang Menginspirasi dengan Integritas, Empati, dan Visi. <https://magazine.playbook.plus/menjadi-pemimpin-yang-menginspirasi-dengan-integritas-empati-dan-visi/> (24 Januari 2024)

mempengaruhi masyarakat untuk mendukung upaya tersebut. Selain itu, ia juga dapat memotivasi masyarakat untuk terlibat dalam upaya pencegahan dan pemberantasan korupsi. Penggunaan kata "tiga janji" dapat menginspirasi masyarakat untuk memiliki nilai-nilai yang kuat dan berintegritas, serta membangun kepercayaan masyarakat terhadapnya. Dengan demikian, ia dapat mengkomunikasikan misi pencegahan dan pemberantasan korupsi dengan jelas dan efektif. Ia memiliki konsistensi, dan tanggung jawab yang tinggi karena menyatakan komitmen yang jelas dan spesifik untuk menciptakan kepastian hukum dan mencegah korupsi. Komitmen tersebut juga sesuai dengan nilai-nilai yang dianut, yaitu Taat Pada Tuhan, Patuh Pada Hukum, dan Setia Kepada Rakyat. Ia menunjukkan kemampuan kepemimpinan yang kuat dengan menyatakan visi dan misi yang jelas, yaitu menciptakan kepastian hukum untuk pencegahan dan pemberantasan korupsi serta menunjukkan komitmen yang kuat untuk mencapai tujuan tersebut. Penggunaan kata-kata yang inspiratif seperti "tiga jari, tiga janji" dapat memotivasi dan menginspirasi orang lain untuk bergabung dalam upaya pencegahan dan pemberantasan korupsi. Ia menunjukkan kemampuan bekerja sama dengan menyatakan komitmen untuk menciptakan kepastian hukum yang berpihak pada rakyat dengan menggunakan kata "Setia Kepada Rakyat" menunjukkan kemampuan bekerja sama dengan masyarakat dan memprioritaskan kepentingan mereka. Ia juga menunjukkan kemampuan mengelola konflik dengan menyatakan komitmen untuk mencegah korupsi dengan menggunakan kata "pemberantasan korupsi" menunjukkan kemampuan menyelesaikan konflik dengan tegas dan efektif. Selain itu, ia juga menunjukkan empati dengan memahami kebutuhan masyarakat akan kepastian hukum dengan menggunakan kata "Setia Kepada Rakyat" menunjukkan kepedulian terhadap masyarakat dan komitmen untuk memprioritaskan kepentingan mereka. Ia sangat konsisten dalam bertindak hal ini dapat dilihat dari penggunaan kata "kami telah membuktikan" menunjukkan konsistensi dalam bertindak dan komitmen untuk mempertahankan

integritas. Integritas dalam konteks ini dengan menyatakan komitmen terhadap nilai-nilai seperti kejujuran dan keadilan.

Analisis postingan pada 02 Februari 2024, Ganjar Pranowo menunjukkan kesadaran akan pentingnya perjuangan dan perubahan melalui gerakannya yang melambangkan kekuatan dan kepemimpinan. Ia juga menunjukkan kesadaran akan pentingnya kepercayaan dan ketabahan melalui pengucapan "Bismillah". Selain itu, Perjuangannya saat kampanye hujan-hujan mengandung makna ketabahan fisik dan mental yang memperlihatkan semangat perjuangan yang menginspirasi dan memotivasi orang lain untuk terus maju dan tidak menyerah pada kesulitan. Ia menunjukkan kepemimpinan yang kuat dan percaya diri, yang dapat menginspirasi orang lain untuk memiliki visi dan misi yang sama serta menunjukkan kesadaran akan pentingnya perjuangan dan perubahan, yang dapat menginspirasi orang lain untuk terus berjuang dan tidak menyerah. Dengan demikian, ia mampu membangun kepercayaan dengan masyarakat melalui perjuangannya yang tidak menyerah pada kesulitan dan selalu berfokus pada tujuan. Ia menunjukkan autentisitas yang kuat dengan mengangkat tangan penuh perjuangan dan ekspresi wajah serius, yang melambangkan kekuatan dan kepemimpinan. Selain itu, ia juga menunjukkan empati yang kuat dengan masyarakat melalui perjuangannya saat kampanye hujan-hujan, yang mengandung makna ketabahan fisik dan mental serta menunjukkan kesadaran akan pentingnya kepercayaan dan ketabahan melalui pengucapan "Bismillah" dan menunjukkan komitmen yang kuat untuk mempertahankan visi dan membangun masa depan yang lebih baik, memiliki kemampuan untuk memimpin dan memotivasi masyarakat, serta memiliki komitmen yang kuat untuk membangun masa depan yang lebih baik.

Analisis postingan pada 29 Desember 2023, ia bertujuan untuk mempengaruhi dengan menunjukkan empati dan kepedulian terhadap kebutuhan dan aspirasi masyarakat, terutama anak-anak dari keluarga miskin. Ini menunjukkan bahwa Ganjar Pranowo memiliki komitmen untuk memajukan pendidikan di Indonesia dan meningkatkan taraf hidup masyarakat miskin. Hal ini,

mampu memotivasi dengan menunjukkan keinginan untuk berkontribusi dan membuat perubahan positif. Ia mengajak masyarakat untuk bersama-sama berjuang mewujudkan program Satu Keluarga Miskin Satu Sarjana, yang menunjukkan bahwa ia memiliki visi yang jelas dan ingin memotivasi orang lain untuk bergabung dalam upaya tersebut. Selain itu, ia juga menginspirasi dengan menunjukkan bahwa perubahan positif dapat dicapai melalui kerja sama dan komitmen. Ia menunjukkan bahwa program Satu Keluarga Miskin Satu Sarjana dapat membantu meningkatkan taraf hidup masyarakat miskin, yang menunjukkan bahwa ia memiliki visi yang inspiratif dan ingin menginspirasi orang lain untuk bergabung dalam upaya tersebut dengan mengkomunikasikan misi tersebut kepada masyarakat. Hal ini, dapat membangun kepercayaan dengan menunjukkan bahwa ia memiliki komitmen untuk memajukan pendidikan di Indonesia dan meningkatkan taraf hidup masyarakat miskin. Ini menunjukkan bahwa ia memiliki integritas dan ingin membangun kepercayaan dengan masyarakat.

Program SMK Gratis Lulus Langsung Kerja yang diluncurkan oleh Ganjar Pranowo dapat memberikan harapan dan kesempatan yang lebih luas kepada masyarakat untuk meningkatkan kualitas hidup mereka. Ia juga dapat menginspirasi masyarakat untuk lebih peduli dengan pendidikan dan kemajuan anak-anak muda Indonesia. Dengan memberikan akses pendidikan yang lebih luas dan berkualitas, program ini dapat membantu meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan memberikan kesempatan yang lebih luas untuk meningkatkan kemampuan kerja mereka. Selain itu, ia juga dapat memotivasi masyarakat untuk lebih berpartisipasi dalam pembangunan pendidikan di Indonesia. Ia menunjukkan empati dan kepedulian terhadap masyarakat, terutama anak-anak dari keluarga miskin. Visi dan misi yang jelas untuk memajukan pendidikan di Indonesia melalui program Satu Keluarga Miskin Satu Sarjana. Selain itu, ia juga mengajak masyarakat untuk bersama-sama berjuang mewujudkan program tersebut, menunjukkan kemampuan untuk memotivasi dan menggerakkan orang lain. Program Satu Keluarga Miskin Satu Sarjana yang diusungnya menunjukkan

keseriusannya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui pendidikan. Dengan demikian, gaya hidupnya mencerminkan kesederhanaan, empati, dan komitmen untuk memajukan pendidikan di Indonesia.⁵¹ Dengan memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk berpartisipasi dalam program ini, dapat membantu meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pembangunan pendidikan di Indonesia.

3. Citra Kepribadian (*The Laws of Personality*) Ganjar Pranowo

Menurut Peter Montoya, "*Law of Personality*" adalah prinsip-prinsip yang menjelaskan bagaimana kepribadian seseorang dapat mempengaruhi kesuksesan dan kepercayaan diri. Berikut adalah beberapa citra kepribadian menurut Peter Montoya: 1. Autentisitas: Kepribadian yang autentik dan jujur dapat membangun kepercayaan dan kesuksesan. 2. Konsistensi: Kepribadian yang konsisten dan stabil dapat membangun reputasi yang baik. 3. Empati: Kepribadian yang dapat memahami dan menghargai perasaan orang lain dapat membangun hubungan yang kuat. 4. Fleksibilitas: Kepribadian yang fleksibel dan dapat beradaptasi dengan situasi yang berbeda dapat membangun kesuksesan. 5. Integritas: Kepribadian yang memiliki integritas dan dapat mempertahankan nilai-nilai yang positif dapat membangun reputasi yang baik. 6. Kreativitas: Kepribadian yang kreatif dan inovatif dapat membangun kesuksesan dan kepercayaan diri. 7. Optimisme: Kepribadian yang optimis dan positif dapat membangun kesuksesan dan kepercayaan diri. 8. Tanggung Jawab: Kepribadian yang dapat mempertanggungjawabkan tindakannya dapat membangun reputasi yang baik. Dengan memahami dan menerapkan hukum-hukum kepribadian ini, seseorang dapat membangun kepribadian yang kuat dan mempengaruhi kepercayaan diri.

Melalui analisis Semiotika Roland Barthes, hasil penelitian unggahan – unggahan *instagram* pada masa kampanye :

⁵¹ Asumsi. co. Program Satu Keluarga Miskin Satu Sarjana Berangkat dari Pengalaman Ganjar Atikoh, <https://asumsi.co/post/88740/program-satu-keluarga-miskin-satu-sarjana-berangkat-dari-pengalaman-ganjar-atikoh/> (24 januari 2025)

Analisis postingan pada 18 Desember 2023, Ganjar Pranowo menunjukkan optimisme yang tinggi karena menyampaikan pesan yang positif dan menginspirasi tentang pentingnya terus berjuang. Ia juga, memiliki integritas yang tinggi karena menyampaikan pesan yang jujur dan tulus tentang pentingnya tidak menyerah dan menunjukkan empati yang tinggi karena menggunakan kata "kita" yang membuat masyarakat merasa terlibat dan dipahami. Ia memotivasi orang lain untuk tidak menyerah pada keadaan dan terus berjuang untuk mencapai tujuan dengan menggunakan metafora durian dapat menginspirasi orang lain untuk melihat kesulitan sebagai peluang untuk mencapai kesuksesan. Ia menggunakan metafora durian untuk menggambarkan perjuangan dan kesabaran menunjukkan kemampuan kreativitas yang tinggi serta menggunakan bahasa yang efektif dan mudah dipahami, sehingga dapat membangun kesadaran dan motivasi. Ia menunjukkan kemampuan untuk mengubah kesulitan menjadi peluang dan dapat beradaptasi dengan situasi yang berbeda-beda sehingga membangun kesadaran dan motivasi. Dengan demikian, ia dapat mempengaruhi masyarakat untuk tidak menyerah pada keadaan sulit dan melihat kesulitan sebagai peluang. Selain itu, ia juga dapat memotivasi masyarakat untuk terus berjuang dan mencapai tujuan, serta menginspirasi masyarakat untuk mencari solusi kreatif. Dengan menggunakan kata "kita", kalimat tersebut juga dapat mengkomunikasikan misi untuk bekerja sama dan mencapai tujuan bersama, serta membangun kepercayaan masyarakat dengan menunjukkan bahwa kesulitan dapat diatasi dan solusi kreatif dapat ditemukan.

Analisis postingan pada 29 November 2023, Ganjar Pranowo menunjukkan konsistensi dalam komitmennya untuk memajukan pendidikan di Indonesia, terutama untuk masyarakat miskin. Ia secara konsisten menyuarakan pentingnya program Satu Keluarga Miskin Satu Sarjana, menunjukkan empati yang kuat terhadap kebutuhan dan aspirasi masyarakat miskin, terutama anak-anak dan memahami keinginan sederhana mereka untuk sekolah dan membantu keluarga. Dengan menyatakan keinginannya untuk memajukan program Satu Keluarga Miskin Satu Sarjana, ia menunjukkan integritas dalam memperjuangkan

kepentingan masyarakat miskin, tidak hanya berbicara, tetapi juga berusaha untuk mewujudkan program tersebut. Ia yakin bahwa dengan program Satu Keluarga Miskin Satu Sarjana, masyarakat miskin dapat meningkatkan taraf hidupnya. Dengan mengajak masyarakat untuk bersama-sama berjuang mewujudkan program Satu Keluarga Miskin Satu Sarjana, Ganjar Pranowo menunjukkan tanggung jawabnya sebagai pemimpin untuk memperjuangkan kepentingan masyarakat. Ia tidak hanya membebankan tanggung jawab kepada orang lain, tetapi juga bersedia untuk bekerja sama dan berkontribusi dalam mewujudkan program tersebut.

Analisis postingan pada 07 Desember 2023, Ganjar Pranowo menunjukkan nilai – nilai positif seperti autensitas, empati, integritas dan optimis dalam menyampaikan pesan tentang pentingnya kerja sama dan keseimbangan pembangunan serta mengakui peran aktif pemerintah dan pemuka agama dalam mencapai tujuan bersama. Ia menunjukkan kemampuan kepemimpinan yang kuat, terutama dalam mengelola hubungan dengan pemuka agama dan masyarakat. ia menekankan pentingnya kerja sama antara pemerintah dan pemuka agama dalam mencapai pembangunan yang seimbang. Hal ini menunjukkan kemampuan untuk membangun kerja sama dan memimpin dengan visi yang jelas. Mengakui pentingnya kerja sama antara pemerintah dan pemuka agama dalam mencapai pembangunan yang seimbang dan menekankan bahwa kerja sama adalah kunci untuk mencapai keseimbangan dalam pembangunan. Ia mengucapkan terima kasih kepada Romo Welibrodu atas kehangatan dan keramahannya. Ini menunjukkan bahwa ia memiliki kemampuan untuk menunjukkan empati dan penghargaan terhadap kontribusi pemuka agama dalam pembangunan. Selain itu, ia menekankan pentingnya kerja sama dan keseimbangan dalam pembangunan sehingga menunjukkan komitmen untuk memajukan kemaslahatan masyarakat melalui kerja sama antara pemerintah dan pemuka agama.

Analisis postingan pada 06 Februari 2024, ia menunjukkan empati yang tinggi karena ia secara terbuka dan jujur menggambarkan perasaannya ketika

berinteraksi dengan Pak Salman. Ia menunjukkan integritas yang tinggi karena secara terbuka dan jujur menggambarkan pengalaman pribadinya dengan Pak Salman, dengan menggunakan cara yang unik dan kreatif untuk berinteraksi, yaitu membiarkannya meraba serta mengenali wajah dan tubuhnya. Ia berharap bahwa interaksinya dengan Pak Salman dapat membuatnya bahagia. Ia memiliki kemampuan kepemimpinan yang efektif dalam mempengaruhi dan memotivasi dengan empati dan kepedulian terhadap kebutuhan dan perasaan Pak Salman, seorang tuna netra sehingga mampu memahami dan merasakan perasaan orang lain.

b) Pembahasan Hasil Penelitian

Analisis isi (*Content Analysis*) adalah metode penelitian sistematis untuk menganalisis dan menginterpretasikan isi pesan, baik tekstual, visual, atau audiovisual, dalam berbagai bentuk media seperti teks, gambar, video, dan lain-lain. Tujuannya adalah untuk memahami makna, struktur, dan fungsi pesan tersebut. Dalam penelitian ini bertujuan untuk menginterpretasikan citra dalam postingan *Instagram* Ganjar Pranowo sebagai Kandidat Capres 2024, dengan menggunakan tiga *personal branding* yaitu, Citra Spesialisasi (*The Laws of Specialization*), Citra Kepemimpinan (*The Laws of Leadership*) dan Citra Kepribadian (*The Laws of Personality*). *Personal branding* adalah proses membangun dan memelihara identitas pribadi yang unik dan konsisten untuk mencapai tujuan pribadi atau profesional. Sementara itu, citra politik adalah persepsi masyarakat tentang seorang politisi yang dibentuk melalui berbagai faktor, termasuk *personal branding*.

Hubungan antara *personal branding* dan citra politik sangat erat. *Personal branding* yang kuat dapat membantu seorang politisi membangun citra politik yang positif dan konsisten. Dengan membangun identitas pribadi yang unik dan konsisten, seorang politisi dapat membedakan diri dari lawan-lawan politiknya dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan konstituen. Dengan demikian, *personal branding* dan citra politik memiliki hubungan yang saling

mempengaruhi. Seorang politisi yang memiliki *personal branding* yang kuat dapat membangun citra politik yang positif dan konsisten. Peter Montoya adalah seorang ahli *personal branding* yang telah menulis beberapa buku tentang topik tersebut. Dengan menerapkan konsep *personal branding* Peter Montoya di *Instagram*, dapat membangun citra politik yang positif.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa ketiga konsep *personal branding* tersebut dapat membangun citra politik yang positif.

1. Citra Spesialisasi (*The Laws of Specialization*) Ganjar Pranowo

Ganjar Pranowo menunjukkan citra spesialisasi (*The Laws of Specialization*) dilihat dari karakteristik kemampuan komunikasi yang efektif dan inspiratif. Ia menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami, sehingga membuatnya terkesan dekat dengan masyarakat. Gaya bahasanya yang santai membuat suasana menjadi lebih hangat dan akrab. Hal ini, membuatnya menjadi pemimpin yang populer dan disenangi masyarakat. Ia memiliki kemampuan untuk membangun kepercayaan dan kesadaran masyarakat, serta memotivasi mereka untuk terus bekerja sama mencapai tujuan bersama. Hal ini membuatnya berhasil membangun citra politik yang positif. Dalam membangun citra politiknya, ia menggunakan strategi *personal branding* yang efektif. Ia memanfaatkan media sosial seperti *Instagram*, sebagai sarana komunikasi bertukar informasi dengan masyarakat. Hal ini membuatnya dapat membangun kesadaran dan kepercayaan publik.

Pilpres 2014 merupakan titik balik penting dalam sejarah pemilihan umum di Indonesia, karena pada saat itu media sosial mulai digunakan oleh kandidat untuk menarik perhatian pemilih. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dalam kampanye politik dapat meningkatkan partisipasi politik online dan membangun citra politik.

Pada tahun 2019, media sosial telah menjadi lebih populer dibandingkan dengan media mainstream seperti televisi atau surat kabar. Hal ini memberikan peluang besar bagi kandidat untuk meyakinkan pemilih dengan mempengaruhi

preferensi politik melalui tampilan pencitraan pada *platform* media sosial masing-masing kandidat.

Dalam konteks ini, berdasarkan survei yang dilakukan oleh Charta Politika pada Maret 2019, informasi di media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap pilihan responden dalam Pemilihan Umum 2019. Sebanyak 24,4% responden menyatakan bahwa media sosial sangat berpengaruh terhadap pilihan mereka, sementara 37,8% mengatakan cukup berpengaruh. Sisanya, 19,1% responden mengatakan informasi media sosial mempengaruhi pilihan mereka, 13,6% tidak terpengaruh, dan 5% tidak tahu atau tidak menjawab. Survei ini melibatkan 2.000 responden yang dipilih secara acak dari seluruh Indonesia dengan margin of error sebesar 2,19%.⁵² Oleh karena itu, penggunaan media sosial dalam kampanye politik merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi politik masyarakat.

Komunikasi politik di media sosial *Instagram* merupakan salah satu strategi yang efektif dalam membangun citra politik. Hasil survei menunjukkan bahwa media sosial, termasuk *Instagram*, memiliki pengaruh signifikan terhadap pilihan politik masyarakat. Dalam konteks komunikasi politik di *Instagram*, para politisi dapat menggunakan platform ini untuk membangun citra politik yang positif dan konsisten. Hal ini dibuktikan oleh Presiden Jokowi pemanfaatan media sosial olehnya memang menjadi salah satu faktor kunci dalam memenangkan Pilpres 2014 dan 2019. Komunikasi yang efektif melalui media sosial berhasil membuatnya membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat, sehingga dapat meningkatkan kesadaran dan partisipasi politik masyarakat.

Citra politik dapat dipahami sebagai gambaran seseorang tentang politik (kekuasaan, kewenangan, konflik dan konsensus).⁵³ Komunikasi yang efektif dan

⁵² Katadata.co.id. Hasil Survei: Media Sosial Mempengaruhi Pilihan Saat Pemilu. <https://katadata.co.id/amp/berita/nasional/5e9a51a89233b/hasil-survei-media-sosial-mempengaruhi-pilihan-saat-pemilu> (24 Januari 2024)

⁵³ Suryana, C. Komunikasi politik: Teori dan praktik. (Bandung: CV. Mimbar Pustaka, 2018), h.51

inspirasi memainkan peran penting dalam membentuk citra politik, melalui komunikasi politik, ia dapat membangun kepercayaan dan kesadaran masyarakat tentang visi dan misinya. Dalam konteks ini, komunikasi efektif dan inspiratifnya dapat membantu menyelesaikan konflik dan mencari konsensus dalam masyarakat. Hal ini karena komunikasi yang efektif dapat membantu membangun pemahaman yang sama tentang isu-isu yang dibahas, serta memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan dan dapat membantu memotivasi masyarakat untuk mendukung visi dan misinya. Dengan menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami, ia dapat membuat masyarakat merasa terlibat dan memiliki kesempatan untuk berkontribusi dalam proses pembangunan.

Bio "Tuanku Ya Rakyat, Jabatan Cuman Mandat Saja" dari Ganjar Pranowo memiliki beberapa spesialisasi yang unik, yaitu: fokus pada rakyat dengan menggunakan kata "Tuanku Ya Rakyat", ia menekankan bahwa rakyat adalah yang utama dan memiliki kedudukan yang penting dalam pemerintahan. Komitmen pada mandat dengan menyatakan "Jabatan Cuman Mandat Saja", ia menunjukkan bahwa ia memandang jabatan sebagai amanat dari rakyat dan bukan sebagai kekuasaan pribadi. Kata "Cuman Mandat Saja", menunjukkan kesadaran akan keterbatasan dan tidak memiliki kekuasaan absolut. Menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami oleh masyarakat, sehingga menunjukkan bahwa ia ingin berkomunikasi secara efektif dengan rakyat dan mencerminkan nilai-nilai kepemimpinan yang penting, seperti kesadaran akan keterbatasan, komitmen pada mandat, dan fokus pada rakyat.

Indonesia merupakan Negara demokrasi yang menganut prinsip kedaulatan rakyat, yaitu kekuasaan tertinggi berada ditangan rakyat. Bionya mencerminkan seorang pemimpin yang demokrasi yang memiliki beberapa karakteristik penting sebagai sosok yang dekat dengan rakyat yang dengan memiliki kepedulian tinggi terhadap masyarakat dan selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan aspirasi rakyat. Selain itu, Sosoknya yang sederhana

dilihat dari penampilan dan pakaiannya yang selalu menggunakan kemeja. Kepemimpinannya yang sederhana dan tidak berlebihan menunjukkan bahwa ia lebih fokus pada kepentingan rakyat daripada pada kepentingan pribadi. Dengan kesederhanaannya, ia juga menunjukkan bahwa ia dapat dijangkau dan dipercaya oleh masyarakat. Ia tidak memiliki kesan sebagai seorang pemimpin yang jauh dari rakyat, melainkan sebagai seorang pemimpin yang peduli dan memahami kebutuhan masyarakat. Sehingga, kesederhanaannya juga mencerminkan nilai-nilai demokrasi seperti kesetaraan dan keadilan. Ia tidak memandang dirinya sebagai seorang yang lebih tinggi dari rakyat, melainkan sebagai seorang yang sama-sama memiliki hak dan kewajiban sebagai warga negara. Dengan demikian, sosok Ganjar Pranowo yang sederhana merupakan salah satu contoh nyata dari karakteristik seorang pemimpin demokrasi yang efektif dan dapat dijangkau oleh masyarakat.

Berdasarkan analisis yang dilakukan, Ganjar Pranowo memiliki beberapa kemampuan kepemimpinan yang kuat, yaitu kemampuan menginspirasi dilihat dari penampilan yang sederhana mencerminkan nilai – nilai kejujuran, kerja keras dan kepedulian terhadap sesama serta menginspirasi masyarakat untuk memiliki sikap yang sama, yaitu saling menghormati, terbuka dan menunjukkan empati terhadap orang lain. Ia juga menunjukkan kemampuan kepemimpinan yang dapat memotivasi masyarakat untuk tidak menyerah pada keadaan dan terus berjuang untuk mencapai tujuan serta menunjukkan kepemimpinan yang kreatif dan adaptif sesuai dengan kebutuhan kepemimpinan di era modern. Citra politik adalah gambaran atau persepsi publik tentang seorang pemimpin atau calon pemimpin yang dibentuk melalui berbagai cara, termasuk komunikasi politik, penampilan dan kebijakan yang diambil.⁵⁴ Dalam konteks kepemimpinan, citra politik dapat membangun kepercayaan dan dukungan dari masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari

⁵⁴ Ariviyanti chintya betari, nurfebriani Sylvie, "analisis aktivitas pembentukan citra politik hary tanoesoedibjo (studi semiotika peirce pada iklan tv perindo "mars perindo versi 2")", profetik: jurnal komunikasi 11.2 (2018)

analisis postingan Ganjar Pranowo di *Instagram*, yang menunjukkan kemampuan kepemimpinannya yang dapat mempengaruhi, memotivasi dan menginspirasi. Ia membangun citra yang positif melalui penampilannya yang sederhana, komunikasi yang efektif, dan kebijakan yang berfokus pada kepentingan rakyat. Ia menunjukkan kemampuan dengan membagikan visi dan misi yang jelas, serta mengajak masyarakat untuk bersama-sama berjuang mewujudkan program tersebut dengan membangun kesadaran dan memotivasi masyarakat untuk mencapai tujuan bersama.

Citra politik yang ingin dibangun adalah sebagai pemimpin yang memiliki visi dan misi yang jelas, serta mampu menciptakan solusi inovatif untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh masyarakat. Ia dikenal karena inovasinya dalam menangani berbagai isu, termasuk penanganan pupuk bersubsidi, dengan menerapkan penggunaan teknologi untuk memantau dan mengawasi distribusi pupuk bersubsidi, sehingga dapat mengurangi kemungkinan korupsi dan memastikan bahwa pupuk tersebut sampai ke petani yang membutuhkannya serta mendorong partisipasi petani dalam proses pengambilan keputusan tentang penggunaan pupuk bersubsidi, sehingga dapat memastikan bahwa kebutuhan petani terpenuhi. Sementara itu, penggunaan metafora ukiran Jepara oleh Ganjar merupakan contoh dari inovasi dalam komunikasi politik. Ukiran Jepara adalah salah satu warisan budaya Indonesia yang kaya dan memiliki makna filosofis yang mendalam. Dengan menggunakan metafora ukiran Jepara, Ganjar dapat menyampaikan pesan-pesan politiknya dengan cara yang lebih kreatif dan efektif, serta memperkuat identitas budaya Jawa Tengah. Dengan demikian, ia merupakan contoh dari kepemimpinan yang kreatif, inovatif, dan peduli terhadap kebutuhan masyarakat.

Kemampuan adaptif Ganjar Pranowo memiliki hubungan yang sangat erat dengan citra politiknya. Sebagai pemimpin, ia dapat beradaptasi dengan perubahan dan situasi baru, serta mengubah kesulitan menjadi peluang dan

mengedepankan keharmonisan antar manusia dan saling menghormati, sehingga membangun kepercayaan masyarakat terhadapnya. Perilaku positif juga membantu membangun citra politiknya sebagai pemimpin yang fleksibel dan dapat beradaptasi dengan perubahan. Ia dapat menghadapi tantangan dan kesulitan dengan sabar dan bijak serta menyelesaikan konflik dengan bijak dan adil, sehingga membangun kepercayaan dan citra yang positif sebagai pemimpin yang peduli dan responsive.

Gaya hidup Ganjar Pranowo yang mencerminkan nilai-nilai positif seperti kesederhanaan, kejujuran, kepedulian, dan inovasi dapat membangun citra politik yang kuat dan positif. Citra ini dapat membantu meningkatkan kepercayaan dan kredibilitas di mata publik, membedakan diri dari lawan politik, mengendalikan narasi tentang dirinya di media, dan mendapatkan dukungan yang lebih luas dari masyarakat. Dalam membangun citra politik, ia dapat menggunakan strategi *personal branding* yang efektif, seperti dalam berinteraksi dengan masyarakat, ia menunjukkan empati dan kepedulian yang tinggi. Ia tidak menjaga jarak dengan masyarakat dan ingin merasakan kesulitan yang dihadapi oleh mereka. Hal ini terlihat dari cara ia berinteraksi dengan Pak Salman, seorang tuna netra dari Balikpapan, dan para petani di Desa Wilalung, Demak. Ia menunjukkan komitmen dan dedikasi untuk memajukan pendidikan di Indonesia, terutama untuk masyarakat yang kurang mampu. Program Satu Keluarga Miskin Satu Sarjana yang diusungnya menunjukkan keseriusannya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui pendidikan serta menunjukkan bahwa ia adalah seorang pemimpin yang memiliki kemampuan untuk mendengarkan dan memahami kebutuhan masyarakat. Ia tidak hanya berbicara tentang janji-janji, tetapi juga menunjukkan tindakan nyata untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh masyarakat.

Misi Ganjar Pranowo memiliki hubungan yang sangat erat dengan citra politiknya. Misi tersebut mencerminkan komitmennya untuk melayani rakyat dan membangun bangsa yang lebih baik, yang merupakan nilai-nilai yang sangat

penting bagi seorang pemimpin. Citra politik yang ingin dibangun adalah citra seorang pemimpin yang peduli, responsif, dan memiliki komitmen untuk membangun bangsa yang lebih baik. Misi tersebut juga dapat membantu memperkuat citra tersebut dengan menunjukkan bahwa ia memiliki visi dan tujuan yang jelas untuk membangun bangsa. Dalam konteks ini, strategi komunikasi politik yang efektif sangat penting untuk membangun citra politik yang positif. Hal ini dapat dilakukan melalui penggunaan media sosial, seperti *instagram*, untuk berinteraksi dengan masyarakat dan membangun hubungan emosional. Menurut Nimmo (2007:7), citra politik seseorang memiliki peran penting dalam membantu masyarakat memahami, menilai, dan mengidentifikasi peristiwa, gagasan tujuan atau pemimpin politik.⁵⁵ Dalam konteks postingan *instagram* ia seringkali berfokus pada isu – isu sosial, ekonomi, pendidikan dan politik yang relevan dengan kehidupan masyarakat seperti mengenai pupuk bersubsidi, sekolah gratis untuk keluarga kurang mampu dan memberantas korupsi. Hal ini menunjukkan bahwa ia peduli dengan kebutuhan dan aspirasi rakyat. Hal ini juga tercermin dalam bio *instagramnya* yang mencerminkan citra politik sebagai pemimpin yang peduli dengan rakyat dan memiliki komitmen kuat untuk membangun Indonesia yang lebih baik.

2. Citra Kepemimpinan (*The Laws of Leadership*) Ganjar Pranowo

Citra Kepemimpinan (*The Laws of Leadership*) Ganjar Pranowo menunjukkan kemampuan kepemimpinan yang efektif melalui postingan *Instagram*-nya selama masa kampanye. Menurut Peter Montoya, kepemimpinan didefinisikan sebagai kemampuan untuk mempengaruhi, memotivasi, dan menginspirasi orang lain. Ia menunjukkan karakteristik ini melalui postingan *Instagram*-nya, seperti membangun kesadaran akan pentingnya keharmonisan antar manusia, mengajak orang lain untuk memiliki sikap saling menghormati dan terbuka, serta mempengaruhi orang lain untuk memiliki harapan dan kepercayaan

⁵⁵ Suryana, C. Komunikasi politik: Teori dan praktik. (Bandung: CV. Mimbar Pustaka, 2018), h.55

bahwa kehidupan dapat menjadi lebih baik. Analisis postingan *Instagram*nya juga menunjukkan bahwa ia memiliki kemampuan untuk membangun kepercayaan dengan masyarakat melalui perjuangannya yang tidak menyerah pada kesulitan dan selalu berfokus pada tujuan. Ia juga menunjukkan kesadaran akan pentingnya perjuangan dan perubahan melalui gerakannya yang melambangkan kekuatan dan kepemimpinan. Dengan demikian, ia dapat membangun citra yang positif dan efektif dengan menunjukkan kepemimpinan yang percaya diri, dapat menginspirasi orang lain untuk memiliki visi dan misi yang sama.

Menurut Kootz & O'donnel (1984) dalam Siti Memonah (2014), mendefinisikan kepemimpinan sebagai proses mempengaruhi orang lain untuk bekerja sama dengan sepenuh hati untuk mencapai tujuan bersama.⁵⁶ Ganjar Pranowo adalah seorang pemimpin yang memiliki latar belakang yang kuat dalam bidang politik dan pemerintahan. Sebelum menjadi Gubernur Jawa Tengah, ia telah memiliki pengalaman sebagai anggota DPR. Pengalaman ini telah membentuknya menjadi seorang pemimpin yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi dan menginspirasi orang lain. Ia dikenal memiliki gaya kepemimpinan yang demokratis dan merakyat. Ia memiliki kemampuan untuk membangun hubungan yang baik dengan masyarakat dan memahami kebutuhan mereka. Hal ini dibuktikan dengan kemampuannya untuk menginspirasi masyarakat melalui visi dan misinya yang jelas, seperti Program Satu Keluarga Miskin Satu Sarjana dan memenuhi kebutuhan masyarakat, seperti pernyataannya tentang pupuk bersubsidi.

Gaya kepemimpinannya memiliki kesamaan dengan Jokowi Presiden Republik Indonesia ke-7, keduanya dikenal sebagai sosok pemimpin yang merakyat dengan memiliki daya tarik yang besar dan dapat mempengaruhi masyarakat dengan pendirian yang kuat dan keberanian dalam mengambil

⁵⁶ Maemonah, Siti. Analisis Peran Kepemimpinan dalam Upaya Kebangkitan Kembali di KSPS BMT Ben Taqwa Purwodadi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Walisongo, Semarang.2014

keputusan serta melibatkan partisipasi masyarakat dalam segala proses pengambilan keputusan dan memiliki hubungan yang baik dengan masyarakat.

Ganjar Pranowo memang dikenal sebagai sosok yang merakyat, dan hal ini tercermin dari postingan *Instagram*-nya. Melalui akun *Instagram*-nya, ia banyak mengunggah postingan yang menarik dan menyesuaikan dengan visi misinya.

Gaya kepemimpinannya yang merakyat dan terbuka membuatnya memiliki citra yang positif di mata masyarakat. Hal ini juga dibuktikan dengan hasil analisis *personal branding* di *Instagram*, yang menunjukkan bahwa ia berhasil menyampaikan citra politik yang positif. Ia menggunakan *Instagram* sebagai sarana untuk berinteraksi dengan masyarakat dan membagikan pengalamannya.

3. Citra Kepribadian (*The Laws of Personality*) Ganjar Pranowo

Berdasarkan Citra Kepribadian (*The Laws of Personality*), Ganjar Pranowo menunjukkan beberapa karakteristik kepribadian yang positif melalui postingan di media sosial *Instagram*, seperti: ia menunjukkan dirinya sebagai sosok pemimpin yang memiliki nilai-nilai kepemimpinan yang kuat dan autentik, konsisten dalam menunjukkan dirinya sebagai pemimpin yang peduli dengan rakyat dan memiliki komitmen yang kuat untuk memajukan pendidikan di Indonesia, menunjukkan empati yang tinggi terhadap kebutuhan dan aspirasi masyarakat, terutama anak-anak dan masyarakat miskin, memiliki integritas yang kuat dan berkomitmen untuk mencapai tujuan, serta memiliki tanggung jawab yang kuat untuk membantu masyarakat dan meningkatkan kualitas hidup mereka, memiliki optimisme yang kuat dan berharap bahwa program-program yang diluncurkannya dapat membantu masyarakat untuk melihat peluang dan mencari solusi yang efektif, dan memiliki tanggung jawab yang kuat untuk membantu masyarakat dan meningkatkan kualitas hidup mereka, serta berkomitmen untuk melakukan yang benar dan bertanggung jawab atas keputusan dan tindakan yang diambil.

Pada penelitian sebelumnya yang ditulis oleh Muttaqin, Putri Maulina dan Said Fadhlain, menunjukkan bahwa dalam konteks *Political Branding*, personalitas kandidat mencakup kepribadian unik yang tercermin melalui gaya bicara, bahasa, perilaku, dan bahasa tubuh. Selain itu, personalitas kandidat juga ditentukan oleh hubungan mereka dengan masyarakat dan kemampuan mereka untuk mempengaruhi dan meyakinkan masyarakat melalui pidato kampanye politik yang persuasif dan intelektual⁵⁷. Menurut Peter Montoya, karakteristik kepribadian yang efektif dalam membangun citra politik yang positif mencakup autentisitas, konsistensi, empati, fleksibilitas, integritas, kreativitas, optimism, dan tanggung jawab. Berdasarkan analisis Semiotika Roland Barthes terhadap postingan *Instagram* Ganjar Pranowo selama masa kampanye, terlihat bahwa ia menunjukkan berbagai karakteristik kepribadian yang positif, seperti autentisitas, empati, integritas, optimisme, dan tanggung jawab. Merealisasikan identifikasi diri merupakan salah satu karakteristik *political branding*⁵⁸ sebagai proses membentuk ciri-ciri kepribadian yang unik, yang mencakup sikap, karakter, dan perilaku. Proses ini sangat berpengaruh pada bagaimana orang lain menilai dan mempersepsikan seseorang. Dengan demikian, identifikasi diri menjadi fondasi penting dalam membentuk citra dan reputasi individu.

Hal ini sesuai dengan konsep "*Law of Personality*" oleh Peter Montoya, yang menjelaskan bahwa kepribadian seseorang dapat mempengaruhi kesuksesan dan kepercayaan diri. Karakteristik-karakteristik tersebut juga mencerminkan citra politik Ganjar Pranowo sebagai pemimpin yang peduli dengan rakyat, memiliki integritas yang kuat, dan berkomitmen untuk memajukan kesejahteraan masyarakat. Dalam postingan-postingannya, menunjukkan kesadaran akan pentingnya kepercayaan dan ketabahan, serta memiliki komitmen yang kuat untuk

⁵⁷ Muttaqim, et al., eds., 'Citra Politik Prabowo – Sandi dalam Pemilihan Presiden (Pilpres) 2019 di Akun Media Sosial Instagram', Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Teuku Umar, 2020.

⁵⁸ Sagala, T. S., & Husna, A. (2024). Political Branding Wanseptember Situmorang pada Pemilihan Legislatif DPRD Dairi 2024. JIMSI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi, 4(1)

mempertahankan visi dan membangun masa depan yang lebih baik. Ia juga menunjukkan empati yang kuat terhadap kebutuhan dan aspirasi masyarakat, terutama anak-anak dan memahami keinginan sederhana mereka untuk sekolah dan membantu keluarga.

Analisis profil, bio, dan isi postingan akun *Instagram* Ganjar Pranowo menunjukkan konsistensi dalam membangun citra politik sebagai pemimpin yang demokratis dan dekat dengan rakyat. Hal ini tercermin dari penggunaan bahasa yang sederhana dan aksesibel, serta isi postingan yang berfokus pada program-program pemerintah dan interaksi dengan masyarakat. Dengan demikian, ia berhasil membangun citra sebagai pemimpin yang peduli dengan kebutuhan dan aspirasi masyarakat.

Selain itu, konsistensi profil, bio, dan isi postingannya juga menunjukkan komitmennya dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi dengan masyarakat. Dengan memanfaatkan *platform* media sosial, ia dapat membagikan informasi tentang program-program pemerintah, serta berinteraksi dengan masyarakat secara langsung. Hal ini menunjukkan bahwa ia memiliki kesadaran akan pentingnya komunikasi dengan masyarakat dalam membangun kepercayaan.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis citra politik Ganjar Pranowo di *Instagram* menggunakan teori *personal branding* dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang bagaimana ia membangun citra politiknya sebagai kandidat capres 2024. *Personal branding* adalah proses membangun citra diri yang positif. Sedangkan citra politik adalah hasil dari proses tersebut. Adapun citra politik Ganjar Pranowo yang dibentuk oleh tiga konsep *personal branding* oleh Montoya: Spesialisasi (*Law of Specialization*), Kepemimpinan (*Law of Leadership*) dan Keperibadian (*Law of Personality*). Melalui postingan akaun *instagram* @ganjar-pranowo pada masa kampanye. Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan :

1. Spesialisasi (*Law of Specialization*) Ganjar Pranowo

Ganjar Pranowo memiliki beberapa ciri khas dan keunikan dalam membangun citra spesialisasinya yaitu:

Penampilan sederhana Ganjar Pranowo dengan mengenakan kemeja putih mencerminkan nilai-nilai positif yang dimilikinya, yaitu kesederhanaan, kejujuran, dan komitmen untuk membangun hubungan yang erat dengan masyarakat.

Kemampuan komunikasi yang efektif dan inspiratif, ia dapat berkomunikasi dengan masyarakat secara langsung dan efektif, sehingga membuatnya terkesan dekat dengan rakyat. ia membangun kepercayaan dan kesadaran masyarakat dengan memotivasi masyarakat untuk terus bekerja sama mencapai tujuan bersama, sehingga membangun kepercayaan dan kesadaran masyarakat.

Kemampuan beradaptasi dengan perubahan dan mengubah kesulitan menjadi peluang, sehingga membuatnya terkesan sebagai pemimpin yang fleksibel dan responsif. Ia dapat menginspirasi masyarakat untuk memiliki

sikap yang sama, yaitu saling menghormati, terbuka, dan menunjukkan empati terhadap orang lain, sehingga membangun kesadaran dan kepedulian masyarakat.

Dengan demikian, Ganjar Pranowo membangun citra politik yang positif sebagai pemimpin yang merakyat dan demokratis, yang memiliki kemampuan untuk membangun kepercayaan, kesadaran, dan kepedulian masyarakat.

2. Kepemimpinan (*Low of Leadership*) Ganjar Pranowo

Ganjar Pranowo memiliki beberapa gaya kepemimpinan yang efektif dengan memiliki daya tarik yang besar dan dapat mempengaruhi masyarakat dengan pendirian yang kuat dan keberanian dalam mengambil keputusan serta menunjukkan integritas dan komitmen untuk memajukan pendidikan di Indonesia dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Ia memiliki visi yang jelas untuk menciptakan masyarakat yang harmonis dan memiliki komitmen kuat untuk memajukan pendidikan di Indonesia, memotivasi masyarakat untuk memiliki semangat untuk mencapai tujuan yang lebih baik . serta membangun kesadaran akan pentingnya memiliki nilai-nilai dan prinsip yang baik dalam kehidupan.

Selain itu, Ia dapat beradaptasi dengan perubahan dan situasi baru, serta memiliki kemampuan untuk membangun kepercayaan dengan masyarakat melalui perjuangannya yang tidak menyerah pada kesulitan dan selalu berfokus pada tujuan. Dengan demikian, citra politik Ganjar Pranowo adalah seorang pemimpin yang inspiratif, visioner, adaptif dan berintegritas.

3. Keperibadian (*Law of Personality*) Ganjar Pranowo

Ganjar Pranowo menunjukkan berbagai karakteristik perilaku yang efektif melalui postingan *Instagram*-nya selama masa kampanye. Ia menunjukkan autentisitas yang kuat melalui penampilannya yang sederhana namun elegan, serta memiliki komitmen yang kuat untuk melayani rakyat dan memenuhi tanggung jawabnya sebagai pemimpin. Memiliki empati yang

tinggi terhadap kebutuhan dan aspirasi masyarakat, terutama anak-anak dan memahami keinginan sederhana mereka untuk sekolah dan membantu keluarga. Ia berharap bahwa program-program yang diluncurkannya dapat membantu masyarakat untuk melihat peluang dan mencari solusi yang efektif, dengan tanggung jawab yang kuat untuk membantu masyarakat dan meningkatkan kualitas hidup mereka, serta berkomitmen untuk memperjuangkan kepentingan masyarakat.

Dengan demikian, citra politik Ganjar Pranowo adalah seorang pemimpin dengan autentisitas yang kuat melalui penampilannya yang sederhana, optimis, empati dan bertanggung jawab terhadap kebutuhan rakyat.

B. Saran

Sebagai rekomendasi untuk penelitian selanjutnya, kajian pada pengguna media sosial perlu terlibat langsung sebagai pihak yang menerima pesan, untuk melihat bagaimana persepsinya mengenai citra politik yang ingin dibentuk. Karena kajian analisis semiotika hanya menggambarkan bentuk citra secara konseptual dari sisi subjek citra, sedangkan orang yang menerima pesan dalam hal ini pengguna media sosial, dapat memberikan gambaran objektif tentang keefektifan dari citra yang dilakukan pengirim pesan. Sederhananya, bagaimana pun cara untuk membangun sebuah citra yang positif, penilaian tentang diri seseorang di bentuk dari bagaimana cara ia sebagai penerima pesan menggambarkan citra itu sendiri.

Pengalaman pribadi peneliti, dalam setiap pemilihan umum, peneliti memilih hanya berdasarkan penilaian subjek saja, tanpa mencari tahu lebih mendalam mengenai calon – calon pemerintah baik itu legislatif maupun eksekutif. Oleh sebab itu, peneliti berharap melalui penelitian ini dapat memberikan pengetahuan tentang keberagaman strategi citra politik di media sosial, agar bermanfaat bagi masyarakat untuk dapat lebih berfikir kritis dalam menentukan pilihan dalam menggunakan hak pilihnya pada saat pemilihan umum serta penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman tentang

bagaimana tokoh politik mengkonstruksi dirinya melalui media sosial, khususnya *instagram*.

Bagi yang akan meneliti tentang pembentukan citra politik menggunakan konsep *personal branding* jika memungkinkan hendaknya juga dapat melakukan wawancara. Wawancara ini dimaksudkan agar analisis yang dilakukan lebih mendalam.



DAFTAR PUSTAKA

- Al – Qur'an, Al – Karim
 Abdullah, Siti Nur Alfia. *Interaksionisme Simbolik Perempuan Muslim dalam Aksi Gejayan Memanggil*, Jurnal Ilmiah Syiar (2019).
- Arifin. *Pencitraan dalam Politik*, Jakarta:Pustaka Indonesia, 2006.
- Betari, Ariviyanti Chintya dan Nurfebriaraning Sylvie. 2017. “*Analisis Aktivitas Pembentukan Citra Politik Hary Tanoesoedibjo (Studi Semiotika Peirce pada Iklan TV Perindo “Mars Perindo Versi 2”)*”. Skripsi Sarjana; Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom.
- Barlian, Eri. *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, Padang:Sukabina Press, 2016.
- Corputty, Partick. “*Masa Tenang Kampanye Politik pada Media Sosial dan Ketentuan Pemidannya*”, Jurnal Belo (2020).
- Dhara, et al., eds., “*Penggunaan Instagram sebagai Media Kampanye Politik pada Pemilihan Kepala Daerah DKI Jakarta 2017: Studi kasus pada Basuki Cahya Purnama (Ahok)*”,*Commentate: Journal Of Communication Management*,(2020).
- Encyclopedia. Educational Magazines Peter Montoya*, <https://www.encyclopedia.com/arts/educational-magazines/montoya-peter> (diakses pada 13 Juli 2024)
- Fatimah, *Semiotika dalam kajian Iklan Layanan Masyarakat*, Gowa: Tallasa Media, 2020.
- Fakih ,Farah Isabella Nur, et al., eds.2021. “*Pembentukan Personal Branding @jharnabhagwani sebagai Beauty Influencer melalui Tiktok*.” Jurnal ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi Medium.
- Fitria Utami, Rahmi Nur, et al., eds. 2021. *Etnomatematika : Eksplorasi Seni Ukir Jepara*. JP3M (Jurnal Penelitian Pendidikan dan Pengajaran Matematika), 7(1), 23-28
- Griffin, E. M. *A First Look at CommunicationnTheory*, 8th Ed., New York : McGraw Hill, 2012.

- Humas Jateng, *Detail Berita Gubernur*, https://humas.jatengprov.go.id/detail_berita_gubernur?id=2035 (diakses pada tanggal 27 Mei 2024)
- Hayat, Nahrul, dan Hasrullah, “*Positioning Politik Kampanye Pemilihan Presiden 2014 dalam Iklan Video Musik Youtube*”, Kareba:Jurnal Ilmu Komunikasi, (2016).
- Hayat, Nahrul, *Komunikasi Politik, Semarang: CV. Pilar Nusantara* , 2019.
- Hasan, Kamaruddin, *Pesan (Pembicaraan)Politik*, repository.unimal.ac.id (diakses pada tanggal 16 Mei 2024).
- Hardani, et al., eds. 2020. *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. Yogyakarta:CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Irawan, Iwan, *12 Karakter Moral Penting dalam Pancasila*, Character Building Development Center (CBDC) Binus University, (Jakarta, 2023).
- Komisi Pemilihan Umum, *Tahapan dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilu Tahun 2024 (PKPU NO. 3 Tahun 2022)* https://infopemilu.kpu.g.id/pemilu/peserta_pemilu (diakses pada tanggal 17 November 2023).
- Karina, Mely Eka, *Analisis Personal Branding Selegram di Sosial Media Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram@Dindamaulianaanaa)*, Jurnal Media (2020)
- Koran Tempo, *Torehan Ganjar Pranowo Memimpin Jawa Tengah*, <https://koran.tempo.co/read/info-tempo/484269/torehan-ganjar-pranowo-memimpin-jawa-tengah> (14 Juli 2024)
- Littlejohn, Stephen W. dan Karen A. Foss. 2016. *Ensiklopedia Teori Komunikasi Jilid 2*. Jakarta: Kencana.
- Muttaqim, et al., eds.2020. “*Citra Politik Prabowo – Sandi dalam Pemilihan Presiden (Pilpres) 2019 di Akun Media Sosial Instagram*”, Skripsi Sarjana; Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Teuku Umar.
- Mukarom, Zaenal, *Komunikasi Politik, Bandung : Cv Pustaka Setia*, 2016.
- Montoya, Peter, “*The Personal Branding Phenomenon*”,United States : *Personal Branding Press*, 2002.
- M, Mahi dan Hikmat, *Komunikasi Politik Teori dan Praktik, Bandung : Simbiosis Rekatama Media*, 2010.

- Mahyuddin, *Sosiologi Komunikasi, Dinamika Relasi Sosial Di Dalam Era Virtualitas, Makassar : Penerbit Shofia – Cv. Loe*, 2019.
- Maemonah, Siti. Analisis Peran Kepemimpinan dalam Upaya Kebangkitan Kembali di KSPS BMT Ben Taqwa Purwodadi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2014
- Muttaqim, *et al., eds.*, 'Citra Politik Prabowo – Sandi dalam Pemilihan Presiden (Pilpres) 2019 di Akun Media Sosial Instagram', Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Teuku Umar, 2020.
- Nasrullah, Rulli, *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi, Bandung : Simbiosis Rekatama Media*, 2015.
- Nasution, Abdul Fattah, *Metode Penelitian Kualitatif, Bandung: CV. Harfa Creative*, 2023.
- Nasution, *Metode Penelitian Naturalistic Kualitatif, Bandung: PT. Tarsito*, 2003.
- Pranowo, Bambang. "Pancasila dan Toleransi Beragama: Studi tentang Implementasi Nilai-Nilai Pancasila," *Jurnal Filsafat*, Vol. 22, No. 1 (2012): 1-15
- Republik Indonesia, *Undang – Undang Dasar 1945*.
- Ramdani, Acep Dani, *et al., eds.* 2022. *Signifikansi Jabat Tangan Perspektif Agama dan Sosial (Studi Analisis Perspektif Agama Teori Yusuf al-Qardhawi dan Perspektif Sosial Teori Petter L. Berger)*, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, *Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin*.
- Suryana, C. Komunikasi politik: Teori dan praktik. (Bandung: CV. Mimbar Pustaka, 2018), h.55
- Sagala, T. S., & Husna, A. (2024). Political Branding Wanseptember Situmorang pada Pemilihan Legislatif DPRD Dairi 2024. *JIMSI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi*, 4(1)
- Sobur, Alex, *Semiotika Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Bandung: CV Alfabeta*, 2016.
- Selopos Jateng, *Sederet Pernyataan dan Kebijakan Ganjar Pranowo Yang Tuai Kontroversi*. <https://jateng.solopos.com/sederet-pernyataan-dan-kebijakan->

ganjar-pranowo-yang-tuai-kontroversi-1127210 (diakses pada tanggal 10 Juli 2024)

Tabroni, Roni, *Komunikasi Politik pada Era Multimedia, Bandung : Simbiosis Rekatama Media*, 2014.

Umsida, *Personal Branding*, <https://ikom.umsida.ac.d/personal-branding-pengertian-manfaat-cara-membangun/> (diakses pada tanggal 10 Juli 2024)

Wahid, Umaimah, *Komunikasi Politik Teori, Konsep, dan Aplikasi pada Era Media Baru, Bandung: Simbiosis Rekatama Media*, 2016.

We Are Social, Digital 2024: 5 Billion Social Media User, Jakarta: PT We Are Social Indonesia, 2008 – 2024.

Wikipedia, *Profil Ganjar Pranowo*, http://id.m.wikipedia.Org/wiki/Ganjar_Pranowo (diakses pada tanggal 10 Juli 2024)

Wahid, Umaimah, *Komunikasi Politik Teori, Kosep, dan Aplikasi Pada Era Media Baru, Bandung: Simbiosis Rekatama Media*, 2016.

Widyastuti, Dyah Ariani, *et al., eds., "Analisis Personal Branding dimedia Sosial (Studi Kasus Personal Branding Sha'an D'anthes di Instagram)." Jurnal Inovasi*, 2017.



LAMPIRAN I : ADMINISTRASI PENELITIAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE

FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100 website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor: B-1862/In.39/FUAD.03/PP.00.9/09/2023

16 September 2023

Hal : **Surat Penetapan Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth. Bapak/Ibu:

1. **Nurhakki, M.Si.**
2. **Nahrul Hayat, M.I.Kom.**

Di-
Tempat

Assalamualaikum, Wr.Wb.

Dengan hormat, menindaklanjuti penyusunan skripsi mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Parepare dibawah ini:

N a m a : UCI SYARIF
NIM : 19.3100.021
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : ANALISIS CITRA POLITIK POSTINGAN
INSTAGRAM GANJAR PRANOMO SEBAGAI
KANDIDAT CAPRES 2024

Bersama ini kami menetapkan Bapak/Ibu untuk menjadi pembimbing skripsi pada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian Surat Penetapan ini disampaikan untuk dapat dilaksanakan dengan penuh rasa tanggung jawab. Kepada bapak/ibu di ucapkan terima kasih

Wassalamu Alaikum Wr.Wb



Dekan,

Dr. A. Nurhidam, M.Hum
NIP.19641231 199203 1 045



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
website: fuad.iainpare.ac.id

Nomor: B- 1183/In.39/FUAD.03/PP.00.9/06/2024

20 Juni 2024

Lamp : -

Hal : **Undangan Seminar Proposal**

Kepada Yth

Bapak/Ibu :

Nurhakki, M.Si

Nahrul Hayat, M.I.Kom

Dr. Muhammad Qadaruddin, M. Sos.I.

Sari Hidayati, M. Pd

Di-

Tempat

Assalamu Alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, sehubungan dengan pelaksanaan ujian seminar proposal skripsi mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, maka kami mengundang Bapak/Ibu untuk menghadiri seminar proposal skripsi a.n UCI SYARIF NIM: 19.3100.021 dengan judul skripsi: "ANALISIS CITRA POLITIK DALAM POSTINGAN INSTAGRAM GANJAR PRANOWO SEBAGAI KANDIDAT CAPRES 2024" yang Insya Allah akan dilaksanakan pada:

Hari/Tanggal : Senin, 24 Juni 2024

Pukul : 10.30 - 12.00

Tempat : H 102

Prodi : KPI

Demikian kami sampaikan, atas kehadirannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr.Wb.



a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang AKKK

Dr. Iskandar, S. Ag., M. Sos. I.

NIP. 197507042009011006

PENGESAHAN PROPOSAL SKRIPSI

Judul Proposal Skripsi : Analisis Citra Politik dalam Postingan Instagram
Ganjar Pranowo sebagai Kandidat Capres 2024

Nama Mahasiswa : Uci Syarif

NIM : 19. 3100. 021

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, adab dan dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
No.B-1862/In.39/FUAD.03/PP.00.9/09/2023.

Disetujui Oleh :

Pembimbing Utama : Nurhakki, M.Si. (.....)

NIP : 19770616 2009122001

Pembimbing Pendamping : Nahrul Hayat, M.I.Kom. (.....)

NIP : 199011302018011001

Mengetahui :

Dekan,

Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah

Dr. A. Nurkidam, M.Hum.
NIP. 196412311992031049

LAMPIRAN II : DATA DOKUMENTASI

Visual/Tekstual	Karakteristik
 ganjar_pranowo • 8.162 krlman • 6.6 jt pengikut • 4 diikuti Ganjar Pranowo "Tuan Ku Ya Rakyat Jabatan Cuma Mandat" www.ganjarpranowo.com	• Spesialisasi (kemampuan, gaya hidup dan misi)
<i>Bio Instagram</i> “Tuan Ku Ya Rakyat Jabatan Cuman Mnadat”	• Spesialisasi (kemampuan, perilaku, gaya hidup, dan misi)
	• Spesialisasi (kemampuan, perilaku, gaya hidup dan misi)
	• Spesialisasi (kemampuan, perilaku, gaya hidup dan misi)
	• Kepemimpinan (mempengaruhi, menginspirasi dan memotivasi)
	• Kepemimpinan (mempengaruhi, menginspirasi dan memotivasi)
	• Kepemimpinan (menginspirasi dan memotivasi)

	• Kepemimpinan (menginspirasi dan memotivasi)
	• Keperibadian (optimis, integritas dan empati)
	• Keperibadin (konsistensi, empati, integritas, optimis dan tanggung jawab)
	• Keperibadian (autensitas, empati, integritas dan optimis)
	• Keperibadian (empati, integritas, kreativitas, dan optimis)



BIODATA PENULIS

Uci Syarif dilahirkan di Kota Parepare, Provinsi Sulawesi Selatan pada tanggal 17 Oktober 2000. Anak keempat dari lima bersaudara, dari pasangan Bapak Syarifuddin dan Ibu Asipa.

Penulis menyelesaikan Pendidikan Dasar tahun 2013, Pendidikan Dasar di tempuh di SD Negeri 62 Parepare, kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 4 Parepare, selesai pada tahun 2016, lalu melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 3 Parepare, selesai pada tahun 2019. Penulis melanjutkan pendidikan Strata Satu (S1) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, yang berkonsentrasi pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Penulis melaksanakan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Sidrap, dan melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di Desa Pincara, Dusun Sali – Sali Kecamatan Patampanua, Kabupaten Pinrang.