



ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK GANJAR PRANOWO DALAM MEMBANGUN PERSONAL BRANDING SEBAGAI PEMIMPIN POPULIS MELALUI TIKTOK

Win Poler Sianturi¹⁾, Gede Indra Pramana²⁾, Efatha Filomeno Borromeu Duarte³⁾

¹²³⁾Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: Winpolersianturi30@gmail.com¹⁾, indraprama@unud.ac.id²⁾, efathaborromeu@gmail.com³⁾

Abstract (English)

This study aims to analyze Ganjar Pranowo's political communication strategy in building his personal branding as a populist leader through the social media platform TikTok. The primary focus of this research is on how Ganjar Pranowo utilizes Tik Tok to craft an image of himself as a humble leader who is close to the people. The study employs a qualitative approach with a descriptive method. The findings indicate that Ganjar Pranowo's consistent use of TikTok as a political communication platform has significantly contributed to enhancing his influence and has had a positive impact on his political endeavors. The research reveals that Ganjar Pranowo's political communication strategy, through the PDB (Positioning, Differentiation, and Brand) model, is highly effective in establishing a strong personal brand. Ganjar successfully positions himself as a leader who is both humble and connected to the populace. This differentiation is achieved through creative content that is not only informative but also entertaining, aligning with the characteristics of TikTok users. Ganjar Pranowo's brand as a populist leader has become increasingly strong and widely recognized, thanks to the consistency and relevance of the content he posts. The implications of this study suggest that social media, particularly TikTok, plays a crucial role in modern political communication. The use of TikTok enables politicians to reach a broader audience and build a strong personal brand more effectively and efficiently compared to traditional media.

Article History

Submitted: 16 August 2024

Accepted: 25 August 2024

Published: 26 August 2024

Key Words

Ganjar Pranowo, political communication, personal branding, Populist, TikTok.

Abstrak (Indonesia)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi politik Ganjar Pranowo dalam membangun personal branding sebagai pemimpin yang merakyat melalui platform media sosial Tik Tok. Fokus utama dari penelitian ini adalah bagaimana Ganjar Pranowo memanfaatkan Tik Tok untuk membangun citra dirinya sebagai pemimpin yang rendah hati dan dekat dengan rakyat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Tik Tok secara konsisten oleh Ganjar Pranowo sebagai platform komunikasi politik telah berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan pengaruhnya dan memberikan dampak positif terhadap upaya politiknya. Penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi komunikasi politik Ganjar Pranowo, melalui model PDB (Positioning, Diferensiasi, dan Brand), sangat efektif dalam membangun merek pribadi yang kuat. Ganjar berhasil memosisikan dirinya sebagai pemimpin yang rendah hati dan dekat dengan rakyat. Diferensiasi ini dicapai melalui konten kreatif yang tidak hanya informatif tapi juga menghibur, sesuai dengan karakteristik pengguna TikTok. Brand

Sejarah Artikel

Submitted: 16 August 2024

Accepted: 25 August 2024

Published: 26 August 2024

Kata Kunci

Ganjar Pranowo, komunikasi politik, personal branding, Populis, TikTok.





Ganjar Pranowo sebagai pemimpin yang merakyat menjadi semakin kuat dan dikenal luas berkat konsistensi dan relevansi konten yang diunggahnya. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial, khususnya TikTok, memainkan peran penting dalam komunikasi politik modern. Penggunaan TikTok memungkinkan politisi untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun merek pribadi yang kuat secara lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan media tradisional.

PENDAHULUAN

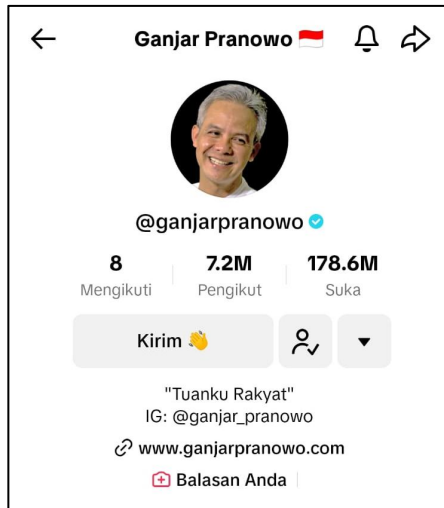
Dalam era digital yang semakin maju, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang politik. Media sosial, sebagai salah satu produk dari kemajuan teknologi ini, telah menjadi platform utama bagi politisi untuk menyampaikan pesan, membangun citra diri, dan berinteraksi dengan konstituen mereka. Platform seperti TikTok, yang populer di kalangan generasi muda, menawarkan kesempatan unik bagi politisi untuk mencapai audiens yang lebih luas dengan cara yang lebih personal dan interaktif. Di Indonesia, penggunaan media sosial dalam komunikasi politik telah meningkat pesat. Politisi menyadari bahwa keberadaan mereka di media sosial tidak hanya penting untuk mendekatkan diri dengan pemilih, tetapi juga untuk membangun dan memelihara personal branding yang kuat. Personal branding menjadi penting karena citra yang

terbentuk di media sosial dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap seorang politisi, yang pada akhirnya akan berdampak pada elektabilitas mereka.

Ganjar Pranowo, seorang politisi Indonesia yang saat ini menjabat sebagai Gubernur Jawa Tengah, merupakan salah satu contoh politisi yang berhasil memanfaatkan media sosial secara efektif, terutama TikTok. Ganjar menggunakan TikTok untuk membangun personal branding sebagai pemimpin yang populis, dekat dengan rakyat, dan memiliki karakter yang sederhana. Konten-konten yang dibagikan oleh Ganjar di TikTok cenderung menunjukkan aktivitas keseharian, interaksi langsung dengan masyarakat, serta penggunaan humor dan bahasa yang santai. Pendekatan ini menjadikan Ganjar sebagai sosok yang autentik dan relatable di mata masyarakat, terutama di kalangan generasi muda yang merupakan pengguna utama TikTok.



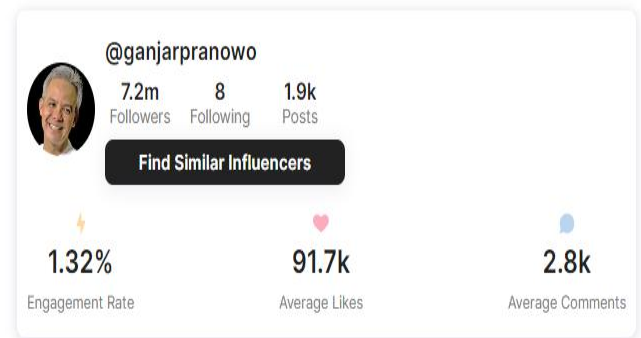
Gambar 1. 1 Profile TikTok Ganjar Pranowo



Sumber: TikTok Ganjar Pranowo

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa TikTok Ganjar Pranowo telah diikuti oleh 7,2 juta pengguna TikTok dengan meraih total 178,6 juta interaksi suka dari para pengguna media sosial TikTok. Adapun tagline untuk membentuk *personal branding* sebagai pemimpin yang populis oleh Ganjar Pranowo yaitu “Tuanku Rakyat”. Tagline ini menunjukkan bahwa Ganjar Pranowo ingin membentuk persona sebagai politisi yang mengutamakan kepentingan rakyat atau dapat disebut juga sebagai pemimpin yang populis (Ritonga & Adela, 2020). Dengan demikian, Ganjar Pranowo telah membangun suatu ekosistem politik melalui media sosial TikTok yang sangat kuat dan masif.

Gambar 1. 2 Engagement Rate TikTok Ganjar Pranowo



Sumber: Collabstr (2023)

Berdasarkan data di atas, terlihat performa dari *engagement rate* dari media sosial TikTok dari Ganjar Pranowo sangat signifikan yakni berhasil mencapai rata-rata 1,32% dari total pengikut pada setiap postingan. Hal ini terlihat pula dari total rata-rata *likes* yakni sebanyak 91,7 ribu dan rata-rata komentar sebanyak 2,8 ribu per postingan. Data ini menguatkan bahwa media sosial TikTok dari Ganjar Pranowo telah efektif dalam menggaet masyarakat yang menggunakan TikTok.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh Ganjar Pranowo dalam membangun *personal branding* melalui TikTok. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode analisis konten, penelitian ini akan mengkaji bagaimana Ganjar menampilkan



dirinya di TikTok, pesan-pesan yang ia sampaikan, serta respon dari audiensnya. Penelitian ini juga akan menganalisis bagaimana strategi Ganjar dalam menggunakan TikTok berbeda dari politisi lain dan sejauh mana strategi tersebut efektif dalam membangun citra sebagai pemimpin yang populis.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran media sosial dalam komunikasi politik di Indonesia, khususnya dalam konteks membangun personal branding politisi. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi komunikasi politik yang lebih efektif di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, yang merupakan salah satu pendekatan yang umum digunakan dalam penelitian komunikasi politik, terutama ketika mengkaji konten media sosial. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang diteliti, dalam hal ini strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh Ganjar Pranowo melalui

platform TikTok. Analisis konten memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi bagaimana pesan-pesan disampaikan, elemen-elemen visual dan naratif yang digunakan, serta respon dari audiens.

Data yang dianalisis dalam penelitian ini terdiri dari strategi dilapangan dan juga video-video TikTok yang diunggah oleh Ganjar Pranowo selama periode tertentu. Video-video ini dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, seperti jumlah interaksi (likes, komentar, dan shares), serta relevansi konten dengan tema populisme dan personal branding. Selain itu, interaksi pengguna, termasuk komentar-komentar dari para pengikut Ganjar di TikTok, dianalisis untuk memahami bagaimana audiens merespons strategi komunikasi yang digunakan. Analisis komentar ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola-pola respon, persepsi audiens, serta tingkat efektivitas pesan yang disampaikan.

PEMBAHASAN

Ganjar Pranowo memulai karir profesionalnya sebagai konsultan SDM di PT Prakarsa di Jakarta setelah menyelesaikan pendidikan di Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada (UGM).



Selain itu, ia juga pernah bekerja di PT Prastawana Karya Samitra dan PT Semeru Realindo Inti, yang memberinya pengalaman berharga dalam bidang sumber daya manusia dan manajemen. Dengan aktif di Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia (GMNI), sebuah organisasi mahasiswa yang memiliki kedekatan ideologis dengan pemikiran Soekarno. Ketertarikannya pada sosok Soekarno dan pemikirannya menginspirasi Ganjar untuk lebih mendalami politik. Ketertarikannya ini sejalan dengan dukungannya terhadap Partai Demokrasi Indonesia (PDI), partai yang juga mengusung ideologi Soekarno. Latar belakang keluarga Ganjar cukup kuat dalam dunia penegakan hukum, di mana ayahnya adalah seorang polisi dan kakaknya adalah seorang hakim. Namun, pada masa Orde Baru, semua pejabat publik diwajibkan mendukung Golkar dan dilarang terlibat dalam aktivitas politik selain yang diizinkan oleh pemerintah. Hal ini tidak menyurutkan semangat Ganjar untuk berpolitik. Ia memutuskan untuk memulai karir politiknya dengan bergabung dengan PDIP, partai yang dipimpin oleh Megawati Soekarnoputri. Keputusannya ini menunjukkan keberaniannya dalam memilih jalur politik yang dianggap berseberangan dengan arus

utama saat itu, yakni dominasi Golkar. Setelah bergabung dengan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), Ganjar Pranowo meniti karir politiknya dengan gigih dan penuh dedikasi. Pada tahun 2004, ia memulai perjalanan politiknya dengan mencalonkan diri sebagai anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) Republik Indonesia. Meskipun tidak langsung berhasil, kesempatan datang ketika Jakob Tobing, rekan separtainya dari daerah pemilihan Jawa Tengah 7, diangkat menjadi Duta Besar untuk Korea Selatan oleh Presiden Megawati Soekarnoputri. Ganjar kemudian ditugaskan sebagai Pengganti Antar Waktu (PAW) untuk menggantikan Jakob Tobing di DPR. (Haryanto, 2022). Sebagai anggota DPR, Ganjar pertama kali ditempatkan di Komisi IV yang membidangi pertanian, perkebunan, kehutanan, kelautan, perikanan, dan pangan. Dalam perannya di Komisi IV, ia menunjukkan keaktifannya dalam berbagai kegiatan legislasi dan pengawasan. Salah satu inisiatifnya adalah mengajukan hak angket untuk menyelidiki kasus lelang gula ilegal, sebuah langkah yang menunjukkan keberaniannya dalam melawan praktik korupsi. Selain itu, Ganjar juga menjadi Ketua Panitia Khusus RUU Partai Politik dan anggota Badan



Legislasi DPR RI. Sebagai Ketua Panitia Khusus tentang MPR, DPR, DPD, dan DPRD, ia memainkan peran kunci dalam pembentukan dan reformasi kebijakan. Di tahun 2006, sebagai Juru Bicara Fraksi PDIP di DPR RI, Ganjar dengan tegas menyatakan ketidaksetujuannya terhadap kebijakan impor beras, dengan alasan bahwa produksi padi dan beras di tahun sebelumnya masih surplus. Namun pada tahun 2008, Ganjar menghadapi ujian berat ketika diperiksa oleh Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) terkait kasus korupsi alih fungsi hutan lindung di Banyuasin, Sumatera Selatan. Namun, pemeriksaan tersebut tidak menghalangi reputasinya sebagai legislator yang berintegritas dan berdedikasi, dan tidak membuktikan bahwa Ganjar bersalah. Pada periode kedua sebagai anggota DPR-RI (2009-2014), Ganjar ditempatkan di Komisi II yang membidangi pemerintahan dalam negeri, otonomi daerah, aparatur negara, reformasi birokrasi, pemilu, pertanahan, dan reformasi agraria. Perannya di Komisi II semakin memperkuat posisinya sebagai politisi yang berpengaruh. Ia dikenal luas ketika menjadi anggota Panitia Khusus Hak Angket Bank Century dan menjabat sebagai Wakil Ketua Komisi II DPR-RI. Dalam kasus Bank Century, Ganjar terlibat

aktif dalam penyelidikan dan pengawasan, serta dikenal vokal dalam mengkritik berbagai kebijakan yang tidak sesuai dengan prinsip keadilan dan transparansi (Setiawan, Bambang et al., 2023). Ganjar juga terpilih sebagai anggota tim pengawas rekomendasi DPR atas kasus Bank Century dari PDIP, bersama tokoh-tokoh senior seperti Sidarto Danusubroto, Gayus Lumbuun, Trimedy Panjaitan, dan Hendrawan Supratikno. Ia sering mengkritik langkah-langkah pemerintah yang dianggapnya tidak tepat, termasuk kritik terhadap Presiden SBY yang tidak menonaktifkan Menteri Keuangan Sri Mulyani saat kasus Bank Century mencuat. Di luar isu Bank Century, Ganjar juga aktif dalam berbagai isu sosial dan politik lainnya. Ia menerima jemaat GKI Yasmin yang menghadapi masalah terkait pendirian gereja di Kota Bogor, menunjukkan kepeduliannya terhadap hak asasi manusia dan kebebasan beragama. Di tengah kesibukannya, Ganjar juga menyelesaikan studi pascasarjannya di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia pada tahun 2013, membuktikan komitmennya terhadap pendidikan dan pengembangan diri (Setiawan, Bambang et., 2023). Selama dua periode di DPR, Ganjar membuktikan dirinya sebagai legislator yang aktif, berani,



dan berpihak kepada rakyat. Pengalaman dan prestasinya selama menjabat di DPR menjadi modal penting ketika ia memutuskan untuk maju sebagai calon kepala daerah. Dedikasinya dalam memperjuangkan kepentingan masyarakat dan prinsip-prinsip keadilan sosial terus menjadi landasan utama dalam karir politiknya, baik di tingkat legislatif maupun eksekutif. Dengan pengalaman dan jejak politik yang baik, Ganjar Pranowo kemudian melangkah lebih jauh dalam panggung politik Indonesia dengan menjadi Gubernur Jawa Tengah, yang disusung oleh PDIP. Pada tahun 2013, Ganjar mencalonkan diri sebagai Gubernur dengan wakilnya Heru Sudjatmoko Jawa Tengah dan berhasil memenangkan pemilihan tersebut. Sebagai Gubernur, Ganjar terus membuktikan dirinya sebagai pemimpin yang peduli dan merakyat. Dia memimpin provinsi tersebut dengan visi pembangunan yang inklusif, memperhatikan berbagai aspek kehidupan masyarakat mulai dari kesehatan, pendidikan, infrastruktur, hingga pertanian. Kebijakan-kebijakan inovatif yang diimplementasikan olehnya membantu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat Jawa Tengah secara keseluruhan. Program-program seperti pengentasan kemiskinan, pengendalian

gratifikasi, dan pembentukan desa tangguh bencana menunjukkan komitmennya terhadap kesejahteraan rakyat. Pada tahun 2018, Ganjar Pranowo terpilih kembali untuk masa jabatan kedua sebagai Gubernur Jawa Tengah. Dalam masa jabatannya yang kedua, Ganjar terus melanjutkan program-program yang telah dirintisnya pada periode sebelumnya, serta memperkuat upaya pemberantasan korupsi di tingkat lokal. Dengan komitmen kuat terhadap transparansi dan akuntabilitas, Ganjar menerapkan berbagai kebijakan dan inisiatif untuk memastikan pemerintahan yang bersih dan bebas dari praktik korupsi. (Setiawan, Bambang et al., 2023)

Karir Ganjar Pranowo yang cemerlang dan rekam jejaknya yang positif sebagai Gubernur Jawa Tengah membuatnya menjadi salah satu kandidat potensial untuk pemilihan presiden 2024. Sebagai seorang pemimpin, Ganjar dikenal sangat merakyat, dekat dengan rakyat, dan mampu menjalin hubungan baik dengan berbagai lapisan masyarakat. Keterlibatannya langsung dalam menangani permasalahan di daerahnya, serta kemampuan komunikasi yang baik, menjadikan Ganjar sebagai figur yang sangat dikenal dan dicintai oleh rakyat.



Pada tanggal 21 April 2023, PDI-P secara resmi mengumumkan Ganjar sebagai calon presiden yang akan diusung pada pemilu 2024 (BBC News Indonesia, 2023). Keputusan ini didukung oleh popularitasnya yang tinggi dan dukungan luas dari berbagai kalangan masyarakat. Popularitas Ganjar tidak hanya berasal dari kinerjanya sebagai gubernur, tetapi juga dari kepribadiannya yang terbuka dan gaya kepemimpinan yang inklusif. Ganjar sering turun langsung ke lapangan, berinteraksi dengan warga, mendengarkan keluhan mereka, dan mencari solusi bersama. Pendekatan ini membuatnya dicintai oleh rakyat dan dikenal sebagai pemimpin yang selalu hadir di tengah-tengah masyarakat.

Personal branding politisi melalui media sosial adalah strategi yang digunakan untuk membangun citra dan reputasi yang positif bagi seorang politisi melalui platform-platform media sosial seperti Twitter, Facebook, Tiktok dan Instagram. Melalui konten yang disebarakan secara konsisten dan strategis, seorang politisi dapat mengkomunikasikan nilai-nilai, visi, dan agenda politiknya kepada khalayak secara langsung. Dengan memanfaatkan media sosial, politisi dapat menciptakan keterlibatan yang lebih dalam dengan

pemilih, meningkatkan kepercayaan publik, serta membangun hubungan yang lebih personal dengan para pengikutnya. Dengan demikian, personal branding politisi melalui media sosial menjadi salah satu kunci penting dalam memperkuat posisi politik dan memengaruhi opini publik. Seperti halnya penelitian dari Rahmah “*Personal Branding Ganjar Pranowo untuk Membangun Komunikasi Politik di Media Sosial Instagram*”. Rahmah dalam tulisannya memaparkan bahwa media sosial memainkan peran penting dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap seorang politisi dan membangun citra yang positif di mata publik. Dengan personal branding politisi di media sosial membentuk persepsi masyarakat terhadap dirinya, mempermudah komunikasi politik, dan meningkatkan keterlibatan dua arah antara politisi dan pemilih.

Pentingnya media sosial TikTok dalam membangun personal branding terletak pada kemampuannya untuk menjangkau khalayak yang luas, terutama generasi muda, dengan konten-konten kreatif dan menarik. TikTok memberikan platform yang interaktif dan ramah pengguna di mana individu dapat mengekspresikan kepribadian, keterampilan, dan minat mereka melalui video pendek. Dengan



memanfaatkan fitur-fitur seperti musik, efek khusus, dan tantangan, pengguna dapat membangun citra yang unik dan menarik bagi diri mereka sendiri. Selain itu, daya viralisasi yang tinggi di TikTok memungkinkan konten personal branding untuk dengan cepat menyebar dan mencapai audiens yang lebih luas. Dengan demikian, TikTok tidak hanya menjadi alat yang efektif untuk memperkuat citra pribadi, tetapi juga untuk membangun koneksi yang lebih dalam dengan pengikut dan memperluas jangkauan pengaruh.

Pentingnya media sosial TikTok terdapat dalam penelitian Aidan Moir "*The Use of TikTok for Political Campaigning in Canada: The Case of Jagmeet Singh*" menyoroti pentingnya platform TikTok dalam konteks kampanye politik modern, khususnya dalam hal membangun personal branding dan mencapai pemilih muda. Jagmeet Singh, pemimpin Partai Demokrat Baru Kanada, telah berhasil memanfaatkan TikTok untuk mempromosikan platform politiknya yang berorientasi pada keadilan sosial dan menarik perhatian pemilih generasi muda.

Komunikasi politik melalui media sosial TikTok, melibatkan banyak politisi dan kandidat menggunakan platform ini untuk menyebarkan pesan politiknya, membangun citra, dan berinteraksi dengan

pemilih. Dengan video pendek dan kreatif, politisi dapat menyampaikan pesan politik mereka secara langsung kepada audiens, seringkali dengan gaya yang lebih santai dan dekat dengan pemilih. TikTok juga memungkinkan politisi untuk memanfaatkan tren dan tantangan yang sedang populer untuk memperkuat pesan mereka dan menarik perhatian pemilih yang lebih muda. Komunikasi politik melalui TikTok dapat membuka pintu untuk keterlibatan yang lebih besar dengan pemilih, meningkatkan kesadaran politik, dan memengaruhi opini publik dalam lingkungan media sosial yang dinamis dan beragam. Sebagaimana dalam penelitian Jin Lee and Crystal Abidin dalam *Introduction to the Special Issue of "TikTok and Social Movements"*, yang mengungkap beberapa temuan penting sehubungan dengan hubungan antara TikTok dan gerakan sosial. Salah satunya adalah pengaruh pesatnya popularitas TikTok terhadap perubahan budaya dan praktik gerakan sosial secara global. Penelitian ini menganalisis strategi komunikasi politik yang digunakan oleh Ganjar Pranowo dalam membangun personal branding sebagai pemimpin populis melalui media sosial TikTok. TikTok, sebagai platform yang sangat populer di kalangan generasi muda, telah



menjadi sarana yang efektif bagi politisi untuk mendekati diri dengan konstituen dan membangun citra diri yang diinginkan. Dalam konteks ini, penelitian ini menyoroti bagaimana Ganjar Pranowo memanfaatkan TikTok untuk membentuk dan memperkuat citranya sebagai pemimpin yang merakyat, humanis, dan dekat dengan masyarakat.

Penelitian ini juga menemukan bahwa Ganjar Pranowo menggunakan pendekatan visual yang kuat dalam konten TikTok-nya. Video yang diunggah menampilkan berbagai aspek kehidupan pribadi Ganjar, yang tidak hanya menekankan pada aktivitas politik, tetapi juga kegiatan sehari-hari yang menunjukkan sisi personal dan humanisnya. Misalnya, video yang menunjukkan Ganjar dalam situasi yang santai, berbincang dengan masyarakat, atau bahkan melakukan aktivitas yang sederhana seperti memasak atau berolahraga, membantu membentuk citra bahwa Ganjar adalah sosok yang relatable dan tidak berjarak dengan rakyatnya.

Lebih lanjut, penelitian ini menyoroti bagaimana Ganjar Pranowo menerapkan model PDB (Positioning, Differentiation, Branding) dalam membangun personal branding melalui TikTok. Dalam hal

positioning, Ganjar menempatkan dirinya sebagai pemimpin yang dekat dengan rakyat, seorang pemimpin yang tidak hanya berbicara tentang kebijakan, tetapi juga menunjukkan perhatian terhadap kehidupan sehari-hari masyarakat. Dalam aspek differentiation, Ganjar membedakan dirinya dari politisi lain dengan menunjukkan sisi personal dan emosional yang jarang ditampilkan oleh politisi lain. Hal ini memberikan warna baru dalam komunikasi politik yang lebih humanis dan personal, yang disukai oleh audiens di TikTok. Terakhir, dari segi branding, Ganjar konsisten dalam menyampaikan pesan yang sama di setiap kontennya, menciptakan citra yang kuat sebagai pemimpin yang merakyat dan peduli.

Pembahasan ini juga menyinggung aspek partisipasi politik di ruang digital. TikTok tidak hanya berfungsi sebagai platform promosi, tetapi juga sebagai ruang bagi masyarakat untuk terlibat dalam diskusi politik. Ganjar memanfaatkan TikTok untuk memfasilitasi diskusi ini, dengan sering kali menanggapi isu-isu yang sedang ramai diperbincangkan oleh publik di platform tersebut. Dengan demikian, TikTok menjadi alat yang efektif untuk membangun narasi politik yang inklusif



dan mendukung dialog dua arah antara pemimpin dan konstituen.

Dari analisis yang dilakukan, terlihat bahwa strategi Ganjar Pranowo dalam memanfaatkan TikTok untuk personal branding memberikan dampak yang signifikan terhadap popularitasnya, terutama di kalangan pemilih muda. Konten yang konsisten, interaksi yang aktif, dan pendekatan yang personal membuat Ganjar semakin dikenal dan disukai oleh pengguna TikTok. Hal ini tercermin dari tingginya tingkat keterlibatan pengguna terhadap konten yang diunggah Ganjar, yang menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik yang ia gunakan berhasil menciptakan hubungan emosional dengan audiens.

Bahwa penelitian ini menegaskan Tik Tok telah menjadi komponen krusial dalam strategi komunikasi politik modern, khususnya dalam konteks personal branding. Ganjar Pranowo telah menunjukkan bagaimana pemanfaatan platform ini secara efektif dapat memperkuat citra diri sebagai pemimpin yang populis dan dekat dengan rakyat, yang pada akhirnya berkontribusi positif terhadap elektabilitasnya dalam arena politik. Strategi ini menjadi contoh nyata bagaimana politisi dapat beradaptasi

dengan perubahan teknologi dan memanfaatkan media sosial untuk tujuan politik, menjadikan TikTok sebagai alat yang tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga sebagai medium penting dalam pembentukan citra politik yang kuat dan relevan di era digital.

Strategi Ganjar Pranowo dalam menggunakan TikTok juga dapat dilihat sebagai upaya untuk merespons perubahan perilaku pemilih yang semakin bergantung pada media sosial untuk mendapatkan informasi politik. Generasi muda, yang merupakan pengguna utama TikTok, cenderung lebih tertarik pada konten yang interaktif, visual, dan mudah dipahami, dibandingkan dengan pesan politik tradisional yang sering kali bersifat formal dan kaku. Ganjar berhasil menyesuaikan kontennya dengan karakteristik audiens ini, menciptakan narasi yang menarik dan mudah diakses oleh siapa saja.

Selain itu, pembahasan ini juga menyoroti pentingnya konsistensi dalam branding politik. Ganjar Pranowo, melalui konten yang terus-menerus memperkuat citra dirinya sebagai pemimpin yang merakyat dan accessible, telah membangun brand yang dikenali dan diingat oleh audiensnya. Konsistensi ini tidak hanya mencakup pesan yang disampaikan, tetapi juga gaya



komunikasi, pemilihan kata, hingga visualisasi yang digunakan dalam setiap konten TikTok yang diunggah.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menggarisbawahi bahwa pemanfaatan TikTok oleh Ganjar Pranowo adalah contoh sukses dari bagaimana politisi dapat memanfaatkan media sosial untuk membangun personal branding yang kuat dan efektif. Dengan pendekatan yang tepat, TikTok tidak hanya menjadi alat untuk menyampaikan pesan politik, tetapi juga sarana untuk membangun hubungan yang lebih dekat dan personal dengan pemilih, yang sangat penting dalam dinamika politik kontemporer.

Kesuksesan Ganjar dalam menggunakan TikTok juga menjadi indikasi bahwa media sosial akan semakin memainkan peran sentral dalam kampanye politik di masa depan, di mana kemampuan untuk beradaptasi dengan platform digital dan menciptakan konten yang relevan akan menjadi kunci keberhasilan dalam komunikasi politik.

PENUTUP

Penelitian ini menyimpulkan bahwa TikTok telah menjadi platform yang sangat efektif dalam strategi komunikasi

politik, khususnya dalam konteks personal branding bagi politisi seperti Ganjar Pranowo. Melalui analisis terhadap konten-konten yang diunggah oleh Ganjar, dapat disimpulkan bahwa TikTok memungkinkan politisi untuk membangun citra diri yang lebih personal, dekat, dan relatable bagi audiens yang lebih luas, terutama di kalangan pemilih muda.

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh Ganjar Pranowo menonjolkan penggunaan konten visual yang kuat, interaksi langsung dengan pengikut, dan penyajian sisi personal yang humanis. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok dapat digunakan tidak hanya sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai medium untuk membangun hubungan emosional antara politisi dan publik. Pendekatan ini terbukti efektif dalam memperkuat personal branding Ganjar sebagai pemimpin yang populis, dekat dengan rakyat, dan merakyat.

Penelitian ini juga menggarisbawahi pentingnya konsistensi dalam branding politik. Ganjar Pranowo secara konsisten menyampaikan pesan yang sama di setiap konten yang diunggahnya, dengan menggunakan gaya komunikasi yang mudah diterima oleh berbagai kalangan. Hal ini membantu membangun brand



politik yang kuat dan diingat oleh audiens, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan popularitas dan elektabilitasnya.

TikTok, sebagai bagian dari strategi komunikasi politik modern, menawarkan peluang besar bagi politisi untuk membentuk dan memperkuat personal branding mereka. Dengan pendekatan yang tepat, seperti yang dilakukan oleh Ganjar Pranowo, TikTok dapat digunakan untuk menciptakan narasi politik yang inklusif, menarik, dan efektif dalam menjangkau dan mempengaruhi audiens. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa di masa depan, media sosial akan semakin menjadi komponen krusial dalam kampanye politik, di mana adaptasi terhadap platform digital dan kemampuan untuk menciptakan konten yang relevan akan menjadi faktor penentu keberhasilan dalam komunikasi politik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiyani, N. (2018). Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Politik. *Potret Pemikiran*, 22(1). <https://doi.org/10.30984/pp.v22i1.762>
- Ariska, C. A. Y. (2022). Analisis Personal Branding Hendrar Prihadi Guna Membangun Komunikasi Politik Instagram. *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(8), 7269–7276.
- Avondita, W., Islami, D. I., Saifulloh, M., & Sukarni, N. F. (2022). Personal Branding Agus Harimurti Yudhoyono Melalui Media Sosial Instagram @agusyudhoyono. *Jurnal Cyber PR*, 2(1), 25–48. <https://doi.org/10.32509/cyberpr.v2i1.2124>
- BBC News Indonesia. (2023). *PPP dan PDIP pilih Ganjar Pranowo sebagai capres*.
- Berliana, S. R., Mulyana, D., & Cahyono. (2023). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Hasil Belajar Peserta Didik Pada Mata Pelajaran Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*. 3(2), 39–48.
- Cervi, L. (2021). Tik Tok and generation Z. *Theatre, Dance and Performance Training*, 12(2), 198–204. <https://doi.org/10.1080/19443927.2021.1915617>
- Cervi, L., Tejedor, S., & Lladó, C. M. (2021). TikTok and the new language of political communication: the case of Podemos. *Cultura, Lenguaje y Representacion*, 26, 267–287. <https://doi.org/10.6035/clr.5817>



Collabstr. (2023). *Engagement Rate Tiktok Ganjar Pranowo*.

Daud, R. F., Khairunnisa, Monica, D., Marini, & Salas, H. J. (2023). Political communication strategy of Sahabat Ganjar Pranowo (SAGA) in increasing electability ahead of the presidential elections of the Republic of Indonesia. *Journal of Social and Humanities*, 16(2), 30–35. <https://doi.org/10.31315/ijcs.v16i1.10086>

Gramedia. (2020). *Biografi Ganjar Pranowo: Profil, Biodata dan Perjalanan Karirnya*.

Haryanto, N. M. (2022). Gaya Kepemimpinan Ganjar Pranowo. *Conference Paper, June*, 0–14. https://www.researchgate.net/publication/361467675_Gaya_Kepemimpinan_Ganjar_Pranowo

Hidayat, H., & Muksin, N. N. (2022). Ganjar Pranowo's Image Politics Through TikTok Content Videos. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 7(2), 340–355. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v7i2.692>

IDX Channel. (2023). *Sejarah TikTok yang Kini Jadi Salah Satu Media*

Sosial Ternama Dunia.

Instagram, G., Afifah, W. P., & Ratnasari, A. (n.d.). *Personal Branding Indahkus sebagai Endorser Produk Geoffgirls di Instagram (Studi Kasus Mengenai Personal Branding Indahkus sebagai Endorser Produk Geoffgirls di Instagram) Personal Branding Indahkus as a Endorser Product Geoffgirls in Instagram (Case Study About Personal Branding Indahkus as a Endorser Product Timohthy P . O ' Brien , Penulis buku The Power of Branding (2007), menciptakan sebuah respon emosional terhadap orang lain mengenai kualitas dan nilai*. 99–103.

Ismadewi, A. F. (2022). Komunikasi Politik Dan Media Sosial (Strategi Komunikasi Politik Ganjar Pranowo Dalam Melakukan Personal Branding Di Media Sosial Twitter Pada Agustus 2022). In *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah*.

Katadata. (2023). *Pengguna TikTok di Indonesia Terbanyak Kedua di Dunia per April 2023, Nyaris Salip AS?*

Buku:

Simarmata, Chandra, V., & Mahyuddin.



- (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Syarbaini, S., Nur, S. M., & Anom, E. (2021). *Teori, Media Dan Strategi Komunikasi Politik*. 127–135.
- Zuhdi, M. (2020). *Komunikasi Politik Di Era Virtual* (Misterfo (ed.)). Buku Litera
- Website:**
- BBC News Indonesia. (2023). *PPP dan PDIP pilih Ganjar Pranowo sebagai capres*.
<https://www.bbc.com/indonesia/artic/es/ckrk2ynv9npo>
- Collabstr. (2023). *Engagement Rate Tiktok Ganjar Pranowo*.
<https://collabstr.com/tiktok-engagement-rate/ganjarpranowo>
- Gramedia. (2020). *Biografi Ganjar Pranowo: Profil, Biodata dan Perjalanan Karirnya*.
https://www.gramedia.com/literasi/biografi-ganjar-pranowo/#2_Twitter
- IDX Channel. (2023). *Sejarah TikTok yang Kini Jadi Salah Satu Media Sosial Ternama Dunia*.
<https://www.idxchannel.com/mileno-mic/sejarah-tiktok-yang-kini-jadi-salah-satu-media-sosial-ternama-dunia#:~:text=Pada 2016%2C perusahaan asal Tiongkok,Dengan demikian%2C platform TikTok lahir.>
- Katadata. (2023). *Pengguna TikTok di Indonesia Terbanyak Kedua di Dunia per April 2023, Nyaris Salip AS?*
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/24/pengguna-tiktok-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per-april-2023-nyaris-salip-as>