

ANALISIS PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP PERSONAL BRANDING GANJAR PRANOWO MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK MENUJU PEMILIHAN PRESIDEN TAHUN 2024 (Studi Kasus pada Perguruan Tinggi Negeri di Jawa Tengah)

Azmi Muttaqin¹, Yulita Nilam Fridiyanti², Bibit Khoiriyatul Arbain³

Universitas Wahid Hasyim, Semarang, Indonesia^{1,2,3}

E-mail: azmimutt2304@unwahas.ac.id¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Persepsi Mahasiswa terhadap Personal Branding Ganjar Pranowo melalui media sosial TikTok menuju Pemilihan Presiden Tahun 2024 di kalangan mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Jawa Tengah. Dengan menggunakan teori McNally dan Speak, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana Ganjar Pranowo memanfaatkan strategi personal brandingnya untuk membangun citra yang kuat dan memperluas jangkauan pesan politiknya di TikTok. Metode analisis konten digunakan untuk mengidentifikasi pesan dan gaya komunikasi yang digunakan oleh Ganjar Pranowo dalam konten TikTok dengan 7,7juta pengikutnya dan 722 konten video sampai pada bulan Oktober 2023. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Peneliti menggunakan metode ini agar bisa menganalisa persepsi mahasiswa mengenai personal branding. Teknik pengambilan data diambil melalui studi literatur, wawancara dan dokumentasi. Ini bertujuan agar data yang diperoleh bisa lebih komprehensif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ganjar Pranowo berhasil memanfaatkan keaslian, konsistensi, dan keterlibatan pengikut dalam memperkuat citranya. Selain itu, strategi konten yang relevan dengan isu-isu bagi kalangan mahasiswa juga membantu meningkatkan popularitasnya. Secara umum, penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana personal branding melalui media sosial dapat menjadi alat efektif dalam memengaruhi opini dan perilaku pemilih.

Kata Kunci : *Personal Branding, Politisi, Media Sosial, TikTok.*

ABSTRACT

This research aims to analyze student perceptions of Ganjar Pranowo's personal branding via TikTok social media towards the 2024 Presidential Election among State University students in Central Java. Using McNally and Speak theory, this research explores how Ganjar Pranowo utilizes his personal branding strategy to build a strong image and expand the reach of his political messages on TikTok. The content analysis method is used to identify the messages and communication styles used by Ganjar Pranowo in his TikTok content with 7,7 million followers. This research uses descriptive qualitative research methods. Researchers used this method to be able to analyze student perceptions regarding personal branding.

Data collection techniques were taken through literature studies, interviews and documentation. This aims to make the data obtained more comprehensive. The research results show that Ganjar Pranowo has succeeded in utilizing authenticity, consistency and follower involvement in strengthening his image. Apart from that, a content strategy that is relevant to issues for students also helps increase its popularity. In general, this research provides insight into how personal branding through social media can be an effective tool in influencing voter opinions and behavior.

Keywords: *Personal Branding, Politician, Social Media, TikTok*

PENDAHULUAN

Di era sekarang ini, banyak aktivitas manusia yang tidak bisa lepas dari teknologi. Teknologi memungkinkan orang mengakses internet dengan nyaman. Manusia perlu menggunakan teknologi secara bijak dengan berbagai cara. Di Indonesia perkembangan teknologi komunikasi mengalami kemajuan yang signifikan dari tahun ke tahun. Dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi, penggunaan internet sebagai alat komunikasi sudah menjadi hal yang sangat familiar. Keberadaan smartphone kini telah menyediakan berbagai fungsi media komunikasi seperti mulai dari sms, mms, chatting, browsing, email dan berbagai fasilitas media sosial lainnya. Berkat hadirnya internet, media sosial berkembang pesat di Indonesia. Ada banyak cara untuk mengakses media sosial antara lain TikTok, WhatsApp, Instagram, Twitter, Facebook dan Youtube.

Teknologi informasi dan komunikasi (*information and communication technology*) di dasarkan dan mendukung kemajuan teknologi komunikasi. Media sosial menjadi salah

satu bentuk media massa yang paling populer karena memungkinkan penyebaran informasi secara cepat dan komunikasi dua arah yang memungkinkan penggunaanya dapat saling berinteraksi secara online. Berdasarkan observasi di indoneisa setidaknya terdapat 3 platfrom yang marak di gunakan untuk berkampanye yaitu Facebook, Twitter, dan Youtube, para kandidat dapat membangun hubungan dengan konstituen yang akan mendorong partisipasi dalam kampanye. Karena media sosial merupakan media untuk bersosialisasi, media sosial mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi masyarakat lebih cepat karena ketergantungan masyarakat bergantung pada konten yang disampaikan melalui media sosial. Kekuatan media sosial tersebut kemudian dimanfaatkan oleh para aktor politik untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap mereka dan membangun image di mata masyarakat.

Aktor politik telah menjadikan media sosial sebagai sarana komunikasi dan publikasi politik yang ideal. Aktor politik menggunakan media sosial

untuk berusaha mendapatkan simpatisan dan pendukung dari pengguna media sosial. Karena media sosial memungkinkan siapa saja mencapai apapun dengan cepat dan mudah. Segala informasi tersedia untuk umum. Aktivitas politik biasanya melakukan hal ini dengan lebih tegas selama kampanye pemilu. Strategi kampanye biasanya dilaksanakan melalui aksi massa dan partisipasi langsung dalam aksi unjuk rasa tersebut, namun dapat juga dilakukan melalui media seperti baliho, poster, bendera, media massa cetak maupun elektronik bahkan media internet.

Maka dari itu branding politik di media sosial menjadi upaya dalam menyampaikan informasi dan pandangan terhadap masyarakat, berdasarkan suatu hal oleh pemilik brand itu sendiri. Banyak berbagai aktor politik memanfaatkan media sosial. Salah satu aktor politik yang menggunakan media sosial dalam komunikasi politiknya yaitu Ganjar Pranowo. Ganjar Pranowo menggunakan media sosial TikTok sebagai media untuk membagikan informasi tentang kehidupan pribadinya dan kegiatan beliau saat menjabat menjadi Gubernur Jawa Tengah.

Aplikasi TikTok kini menjadi salah satu platform media sosial yang cukup populer di kalangan masyarakat Indonesia. Fenomena TikTok populer tidak hanya di negara asalnya yaitu China, melainkan di seluruh dunia termasuk Indonesia. Tiktok merupakan

salah satu aplikasi yang populer di kalangan masyarakat Indonesia, dan juga menjadi media yang banyak digunakan oleh para politisi untuk berkomunikasi politik dengan masyarakat yang menggunakan media sosial tersebut.

TikTok merupakan sebuah platform atau sarana komunikasi melalui media online. Pada kuartal I 2021, pengguna aktif bulanan masih tercatat sebanyak 812 juta. Jumlah pengguna TikTok di seluruh dunia juga mengalami sedikit penurunan pada tahun 2020, namun akan terus meningkat dari awal tahun 2020 hingga awal 2022. TikTok adalah salah satu platform media sosial dengan pertumbuhan tercepat di Indonesia berdasarkan jumlah unduhan dan pengguna. Indonesia menempati urutan kedua dengan pengguna aktif TikTok sebesar 99,1 juta orang. Pengguna TikTok di Indonesia menghabiskan rata-rata 23,1 jam per bulan (Hadi, 2023).

Aktor politik harus mempunyai citra diri dan juga personal branding yang baik agar mempunyai kredibilitas dan karakter yang mudah diingat di benak masyarakat atau khalayak sasaran. Hampir setiap orang memiliki media sosial karena memudahkan untuk saling terhubung satu sama lain secara online dan mendapatkan informasi secara real-time. Selain itu unsur-unsur komunikasi massa juga diperlukan diantaranya komunikator, media sosial,

informasi (pesan), gatekeeper, khalayak (public) dan umpan balik.

Oleh karena itu, pengguna dapat menggunakan media sosial untuk membangun personal branding mereka dan menjangkau khalayak yang luas tanpa banyak usaha. Personal branding yang dilakukan oleh politisi di media sosial akan membentuk persepsi diri masyarakat dan memudahkan dalam melakukan komunikasi politik yang dilakukan politisi.

Haenlein dalam jurnal Syifaury Rahmah menyebutkan bahwa meskipun upaya branding biasanya memerlukan dukungan finansial yang besar untuk promosi, maka media sosial menawarkan cara yang lebih mudah dan menghemat biaya untuk mempromosikan branding. Ia menjelaskan bahwa media sosial menyediakan cara untuk mempromosikan diri.

Keunggulan inilah yang dimanfaatkan para aktor politik untuk menciptakan personal branding mereka. Misalnya meningkatkan kesadaran masyarakat biasanya memerlukan anggaran kampanye yang besar, namun kini melalui media sosial hal ini dapat dilakukan dengan lebih sedikit usaha dan anggaran.

Hal ini dilakukan oleh aktor politik yaitu Ganjar Pranowo. Beberapa ciri khas yang ditampilkan oleh Ganjar Pranowo melalui akun media sosial TikToknya adalah terdapat kalimat *"Tuanku ya Rakyat, Gubernur Cuma Mandat"* yang terdapat pada bio TikTok

miliknya. Ganjar Pranowo melihat keresahan masyarakatnya, khususnya di Jawa Tengah sehingga Ganjar Pranowo mengaplikasikan melalui media sosial dan langsung memberikan balasan tentang aduan masyarakatnya. Edukasi politik melalui platform digital dilakukan oleh Ganjar Pranowo dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami masyarakat. Penggunaan bahasa tersebut dilakukan dengan alasan masyarakat kurang memahami apa yang sedang dikerjakan oleh pemerintahan karena bahasa pemerintah yang kurang dapat dicerna oleh masyarakat. Ganjar Pranowo memanfaatkan media sosial sebagai media untuk menghadirkan ciri khasnya dan menciptakan citra dirinya untuk menumbuhkan komunikasi dua arah dengan masyarakat. Hal ini memfasilitasi komunikasi politik dan meningkatkan peluang pemilu. Komunikasi politik disebut interaksi antara politisi dengan masyarakat dalam upaya mempengaruhi opini publik. Komunikasi politik juga mencakup penggunaan berbagai media dan strategi untuk memperkuat identitas politik, membangun citra untuk mendukung politisi.

Ganjar Pranowo mencerminkan transformasi signifikan dalam strategi politik khususnya dalam era digital saat ini. Pengaruh media sosial termasuk TikTok semakin memainkan peran kunci dalam membentuk opini publik dan memperkuat citra seorang kandidat. Sebagai seorang politisi yang telah

terbukti memiliki pengaruh dan popularitas harus menyadari pentingnya memanfaatkan platform tiktok untuk memperluas jangkauan dan mendapatkan dukungan yang luas. Dengan memahami bahwa elektabilitas tidak hanya bergantung pada pencapaian

politik, Ganjar Pranowo berinisiatif untuk membangun personal branding yang memperkuat daya tariknya sebagai pemimpin yang tidak hanya kompeten tetapi juga dekat dengan aspirasi masyarakat.

KAJIAN PUSTAKA

Dalam penelitian ini terdapat berbagai informasi terkait penelitian - penelitian terdahulu sebagai bahan referensi serta perbandingan dengan yang sudah ada. Adapun penelitian sebelumnya yang penulis ambil yaitu sebagai berikut:

Penelitian Syifaury Rahmah (2021) yang berjudul "Personal Branding Ganjar Pranowo untuk Membangun Komunikasi Politik di Media Sosial Instagram". Hasil dari penelitian ini adalah Ganjar Pranowo telah melakukan strategi pembentukan personal branding melalui empat strategi yakni *determine who you are, determine what you do, position yourself, dan manage your brand*. Strategi-strategi tersebut sukses membuat Ganjar Pranowo menjadi lebih dekat dengan masyarakat dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap dirinya.

Penelitian Ghabie Aulia Safitri (2021) yang berjudul "Strategi Personal Branding Ganjar Pranowo Melalui Media Sosial Pribadi @Ganjar_Pranowo". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ganjar Pranowo menggunakan media sosialnya untuk

menyebarkan informasi sehingga lebih mudah dan tersampaikan dengan baik karena menyesuaikan dengan media yang digunakan masyarakat, dan menggunakan gaya ekualitas komunikasi. Ganjar Pranowo juga ingin dilihat sebagai gubernur yang dekat dengan rakyat dan juga seorang pejabat populis.

Penelitian Gusti Rahmat Hidayatullah (2023), yang berjudul "Personal Branding Ganjar Pranowo Melalui Media Sosial (Analisis Teori Peter Montonya Pada Akun Instagram @Ganjar_Pranowo)". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ganjar Pranowo menggunakan media sosialnya instagramnya dengan menggunakan konsep personal branding melalui *The Eight Law Of Personal Branding* milik Peter motto-nya apakah sesuai dengan kepribadian aslinya atau hanya pencitraan semata yang ia lakukan untuk memenuhi konten di media sosial instagramnya.

Banyak berbagai penelitian terdahulu yang meneliti tentang Personal Branding aktor politik melalui media sosial seperti dalam skripsi yang diteliti oleh (Ghabie Aulia Safitri, 2021) dan (Gusti Rahmat Hidayatullah, 2023)

dan juga dalam jurnal yang diteliti oleh (Syifa Nur Rahmah, 2021), (Dyah, Guntur & Niken, 2022), dan (Herdaru, Mandra & Dinda, 2022). Akan tetapi, dari hasil penelitian tersebut berfokus pada analisis personal branding aktor politik melalui media sosial Instagram dengan objek masyarakat, sedangkan penelitian ini berfokus pada generasi muda yakni mahasiswa perguruan tinggi negeri di Jawa Tengah terkait Personal Branding aktor politik melalui media sosial TikTok.

Analisis ini menjadi penting dalam merinci bagaimana setiap konten yang di unggah di TikTok dapat memberikan dampak positif terhadap persepsi masyarakat khususnya mahasiswa sebagai pemilih muda terhadap kredibilitas dan kepemimpinan Ganjar Pranowo. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi

telah membawa perubahan dalam paradigma politik, dimana keberhasilan dalam meningkatkan elektabilitas tidak lagi hanya diukur dari keberadaan di media tradisional. Melalui analisis personal branding di TikTok, Ganjar Pranowo bertujuan untuk menciptakan keterlibatan yang lebih aktif, mengenalkan gagasannya, dan merespons isu-isu penting dengan cara yang menarik untuk mencapai keberhasilan dalam pemilihan presiden tahun 2024. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk menganalisis Persepsi mahasiswa terhadap personal branding Ganjar Pranowo melalui media sosial TikTok yang menjadikannya salah satu aktor politik yang mempunyai tingkat popularitas yang tinggi menuju pemilihan presiden tahun 2024.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif akan meneliti secara mendalam dan menghasilkan data-data yang bersifat deskriptif dan dapat memberikan pemahaman mengenai hal-hal yang memiliki kaitan dengan subjek penelitian. Dengan pendekatan deskriptif penelitian ini bertujuan untuk melihat fenomena pemanfaatan media sosial oleh aktor politik mengenai Personal Branding menuju pemilihan umum 2024. Sebagai penelitian yang membutuhkan interaksi secara langsung

dengan objek yang akan diteliti, maka lokasi penelitian dilakukan pada 5 Perguruan Tinggi Negeri di Provinsi Jawa Tengah, diantaranya yaitu: Universitas Diponegoro (UNDIP), Universitas Negeri Semarang (UNNES), Universitas Jenderal Soedirman (UNSOED), Universitas Sebelas Maret (UNS), dan Universitas Tidar (UNTIDAR).

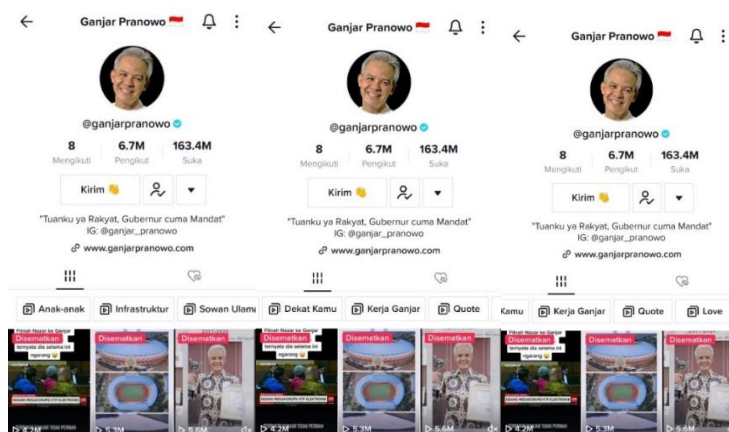
Data primer dalam penelitian ini didapatkan melalui observasi dan wawancara di lapangan secara langsung dengan pihak yang memiliki otoritas untuk memberikan data yang valid.

Data sekunder yang diperoleh melalui buku, jurnal, peraturan perundang-undangan, artikel, berita dan karya ilmiah lainnya yang memenuhi standar keabsahan. Informasi dan data yang dihimpun selama penelitian dianalisis kemudian disajikan secara deskriptif-kualitatif, yakni menganalisa dan menelaah informasi dan data yang didapatkan dari studi lapangan dan studi kepustakaan dengan cara menjelaskan serta mendeskripsikan realitas objek yang dikaji di dalam penelitian. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah pengumpulan data pada periode tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Profil Tiktok @ganjarpranowo

Ganjar Pranowo dikenal sebagai seorang politisi sebagai Gubernur Jawa Tengah selama dua periode sejak tanggal 23 Agustus 2013. Sebelumnya, beliau adalah anggota Dewan Perwakilan Rakyat dari Fraksi PDI Perjuangan dalam periode 2004–2009 dan 2009–2013. Selain itu, Ganjar Pranowo juga menjabat sebagai Ketua Umum Keluarga Alumni Universitas Gadjah Mada (Kagama) selama dua periode, yaitu pada tahun 2014–2019 dan 2019–2024. Ia juga menduduki posisi Ketua Umum Persatuan Radio TV Publik Daerah Seluruh Indonesia (Persada.id). Pada tanggal 21 April 2023, Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) menunjuk Ganjar Pranowo sebagai calon Presiden Indonesia untuk pemilihan tahun 2024.



Gambar 1. Profil Tiktok Ganjar Pranowo

(Sumber: TikTok @ganjarpranowo tahun 2023)

TikTok @ganjarpranowo merupakan platform bagi Ganjar Pranowo untuk mengembangkan popularitasnya di masyarakat termasuk dari kalangan mahasiswa.

Kelebihannya terletak pada kemampuannya untuk menjangkau khalayak luas, mengingat popularitas media sosial yang luar biasa cepat dalam penyampaian informasi.

Melalui cara ini, Ganjar Pranowo berhasil menggambarkan dirinya sebagai seorang tokoh politik yang berpengalaman dan mengenalkan generasi muda dengan pencapaian politiknya. Ganjar Pranowo mengatakan branding dibangun salah satunya melalui komunikasi dengan masyarakat secara langsung. Dari situ,

ia memilih jalur media sosial (medsos) sebagai alat peningkatan elektabilitas personal brandingnya terutama selama masa jabatannya sebagai Gubernur Jawa Tengah supaya mengalami peningkatan yang signifikan terkait dengan popularitasnya menuju pemilihan presiden tahun 2024.



Gambar 2 Konten TikTok Pertama Ganjar Pranowo

(Sumber : news.indozone.id)

Pada tahun 2021, Ganjar Pranowo membuat akun tiktok pertamanya pada tanggal 13 Desember. Menariknya, unggahan perdana ini berhasil menarik perhatian yang signifikan dengan 367 likes dan 25 komentar dari para pengikutnya. Video tersebut saat dirinya dengan sejumlah karyawan Tokopedia, menari dengan diiringi musik soundtrack Goyang Ubur-Ubur yang sempat membuat viral di sosial media. Hingga Ganjar pun curhat terkait dirinya yang pertama kali menggunakan TikTok. Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo memang berpenampilan berbeda, bahkan dirinya sering mengikuti tren kekinian yang banyak ikuti para kaum milenial. Yang menarik juga, Ganjar menyertai foto yang diunggahnya dengan caption yang

deskriptif, namun tidak menggunakan tagar tertentu pada akun tiktok @ganjarpranowo.

Melalui tiktok ganjar pranowo menunjukkan berbagai aktivitas maupun sikap politiknya berdasarkan kepentingannya. Proses personal branding diri yang dilakukan oleh Ganjar Pranowo ini bukanlah usaha yang terbatas pada hari atau momen tertentu, melainkan dilakukan dengan tekun setiap harinya. Tujuannya ada dua yaitu pertama, untuk menumbuhkan kesan positif di mata publik; kedua, untuk memantapkan kepercayaan publik terhadap kemampuan kepemimpinan Ganjar Pranowo yang telah ditunjukkan selama menjabat sebagai Gubernur Jawa Tengah.

Ganjar Pranowo seorang politisi yang dikenal dengan kepemimpinan yang inklusif dan berfokus pada pelayanan masyarakat, berhasil membangun personal branding yang unik di platform media sosial TikTok. Melalui konten-kontennya, Ganjar Pranowo mampu menyajikan informasi-informasi yang relevan dengan gaya yang menarik dan ramah. Video yang di upload hanya mencakup isu-isu politik, tetapi juga aspek-aspek kehidupan sehari-hari yang mendalam, menciptakan koneksi emosional dengan para pengikutnya.

Salah satu ciri khas yang ditunjukkan oleh Ganjar Pranowo dapat dilihat dari pernyataan yang ditulis di bio tiktoknya "*Tuanku ya Rakyat, Gubernur cuma Mandat*". Pernyataan ini menyoroti keyakinan tulus Ganjar untuk melayani dan merawat masyarakat yang dianggap sebagai tuannya, dan gubernur hanyalah mandat yang diberikan. Selain itu, ia juga sering membagikan foto-foto yang menggambarkan dirinya terjun mengikuti dalam berbagai kegiatan di masyarakat. Dalam hal ini, Ganjar Pranowo muncul sebagai sosok pejabat publik yang mewujudkan dinamisme dan memiliki kemampuan komunikatif yang luar biasa di tengah-tengah masyarakat. Selain akun tiktok, beliau juga mencantumkan media sosial lainnya seperti instagramnya yaitu @ganjar_pranowo dan website <https://www.ganjarpranowo.com/> yang berisi tentang kegiatan dan program-

program yang sedang beliau jalankan. Memanfaatkan platform media sosial TikTok terbukti dapat meningkatkan personal branding Ganjar Pranowo serta popularitas yang luas untuk meningkatkan popularitas beliau menuju Pemilihan Presiden tahun 2024.

2. Analisis Personal Branding Pada Akun Media Sosial Tiktok Ganjar Pranowo

Media sosial merupakan suatu media dengan cara penyampaian informasi yang paling cepat di era sekarang ini. Media sosial telah menjadi alat yang tak terhindarkan bagi para politisi dalam berinteraksi dengan masyarakat dan menjalankan kampanye. Melalui platform-platform media sosial tersebut aktor politisi dapat langsung berkomunikasi dengan pemilih, menyebarkan pesan-pesan politik, dan merespons isu-isu terkini. Dengan kemampuan untuk menciptakan konten yang dapat dengan cepat viral, media sosial memberikan ruang bagi politisi untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan visibilitas mereka ditengah kerumunan digital.

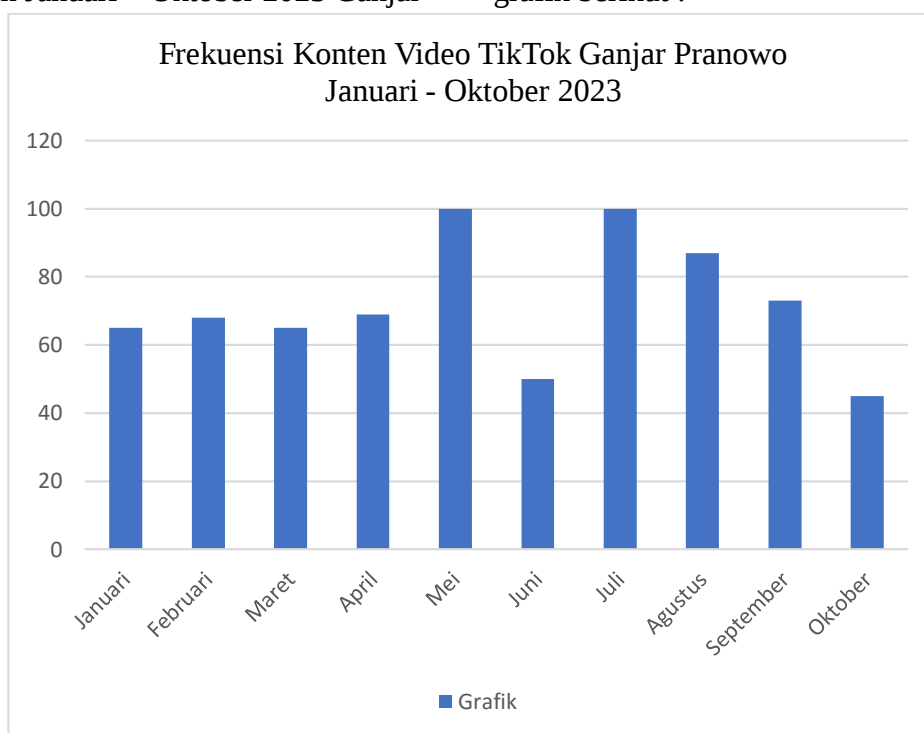
Selain itu, media sosial juga menjadi alat bagi politisi untuk membangun citra dan branding pribadi. Dengan memanfaatkan foto, video, dan narasi yang strategis dapat menciptakan kesan yang diinginkan di mata pemilih. Konten personal seperti kegiatan sehari-hari atau momen keluarga digunakan untuk menunjukkan sisi manusiawi dari seorang politisi yang dapat membantu

menciptakan keterhubungan emosional dengan pemilih. Namun, penggunaan media sosial oleh politisi juga menimbulkan tantangan. Informasi yang tersebar dengan cepat menjadi boomerang jika tidak dikelola dengan baik. Politisi juga harus berhadapan dengan resiko cyberbullying,

Berdasarkan hasil analisis konten video TikTok Ganjar Pranowo pada bulan Januari – Oktober 2023 Ganjar

pertarungan naratif yang intens, dan potensi penyebaran informasi palsu. Oleh karena itu, media sosial bukan hanya alat pemasaran politik, tetapi juga medan pertempuran digital yang memerlukan strategi dan manajemen risiko yang cermat.

Pranowo aktif dalam bersosial media. Hal tersebut ditunjukkan pada grafik berikut :



Gambar 3 Grafik Frekuensi Konten Tiktok Ganjar Pranowo

Frekuensi video TikTok Ganjar Pranowo dari bulan Januari – Oktober 2023 berjumlah 722 konten video. Penjelasan secara detail sebagai berikut :

Menengok pengungsi banjir di
Pekalongan (4 Januari 2023)

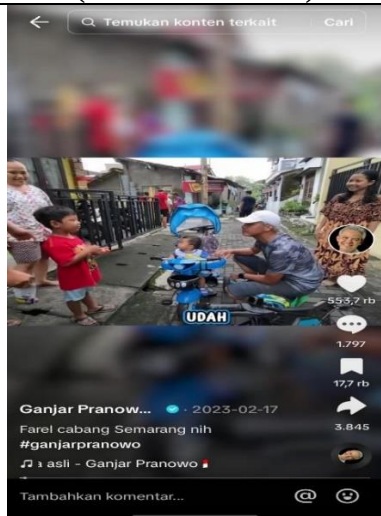


Tilik Korban Bencana
(19 Januari 2023)



Pada bulan Januari 2023 Ganjar Pranowo mengupload sebanyak 65 konten. Video terbanyak diupload pada hari Senin, 23 Januari 2023 yaitu sebanyak 4 video. Video dengan views terbanyak dibulan Januari diupload pada tanggal 4 Januari 2023, yaitu saat Ganjar Pranowo mengunjungi pengungsi banjir di Pekalongan, viewsnya tembus sebanyak 20,5M dan likes 1,5M. Pada bulan Januari, ada satu hari dimana Ganjar Pranowo tidak mengunggah konten, yaitu pada hari Minggu, 8 Januari 2023. Selanjutnya, pada bulan Januari video dengan views paling sedikit diupload pada hari Kamis, 19 Januari 2023 yaitu berisi Ganjar Pranowo tilik bencana, viewsnya sebanyak 71,0K dan likes 3054.

Ngobrol dengan anak-anak
(17 Februari 2023)



Arek Malang nyanyi di pinggir jalan
(19 Februari 2023)



Pada bulan Februari 2023 Ganjar Pranowo mengupload sebanyak 68 konten. Video terbanyak diupload pada tanggal 2, 24, dan 25 sebanyak 4 video perhari nya. Video dengan views terbanyak dibulan Februari diupload pada hari Jum'at, 17 Februari 2023, yaitu saat Ganjar Pranowo mengobrol dengan anak-anak, views nya tembus sebanyak 7,1M dan likes 553,5K. Di bulan Februari Ganjar Pranowo mengupload video setiap harinya. Pada bulan Februari video dengan views paling sedikit diupload pada hari Minggu, 19 Februari 2023, berisi Ganjar Pranowo yang sedang bernyanyi bersama arek malang dipinggir jalan, jumlah views nya yaitu 48,0K dan likes 1564.

MUSRENBANGWIL (21 Maret 2023)	Tegal Laka-Laka (4 Maret 2023)
	
Pada bulan Maret 2023 Ganjar Pranowo mengupload sebanyak 65 konten. Video terbanyak diupload pada hari Kamis, 9 Maret 2023 dan hari Jum'at, 11 Maret 2023 sebanyak 4 video perharinya. Video dengan views terbanyak dibulan Maret diupload pada hari Selasa, 21 Maret 2023 yaitu berisi konten Musrenbang Barling mascakeb, Musrenbangwil Tahun 2023 untuk Kab. Banyumas, Kab. Banjarnegara, Kab. Cilacap, Kab. Purbalinga dan Kab. GP mengobrol dengan simbah (25 April 2023)	Kebumen. views nya tembus sebanyak 32,3M dan likes 1,4M. Pada bulan Maret Ganjar Pranowo tidak mengupload video pada tanggal 27-31 Maret 2023. Pada bulan Maret video dengan views paling sedikit diupload pada hari Sabtu, 4 Maret 2023 berisi Ganjar Pranowo konten Tegal Laka-Laka dan bagi-bagi hadiah buat anak-anak, jumlah views nya yaitu 59,5K dan likes 1979. Panti Wreda Dharma Bhakti Kasih, Kadipiro, Solo (7 April 2023)
	

Pada bulan April 2023 Ganjar Pranowo mengupload sebanyak 69

konten. Video terbanyak diupload pada hari Senin, 10 April 2023 dan hari

Jum'at, 21 April 2023 sebanyak 5 video perharinya. Video dengan views terbanyak dibulan April diupload pada hari Selasa, 25 April 2023 yaitu berisi konten Ganjar Pranowo sedang mengobrol random dengan simbah yang mendoakan akan Ganjar Pranowo jadi Presiden, views nya tembus sebanyak 12,0M dan likes 558,5K. Pada bulan April Ganjar Pranowo tidak mengupload video pada tanggal 2 dan 28 April 2023. Pada bulan April video dengan views paling sedikit diupload

pada hari Jum'at, 7 April 2023 berisi konten berisi Ganjar Pranowo mengunjungi Panti Wreda Dharma Bhakti Kasih, Kadipiro Surakarta bertepatan dengan hari Paskah dan Ganjar Pranowo mengucapkan Selamat Paskah buat oma-oma di panti, jumlah views nya yaitu 3,3K dan likes 2801.

GP mengobrol dengan content creator
(14 Juni 2023)



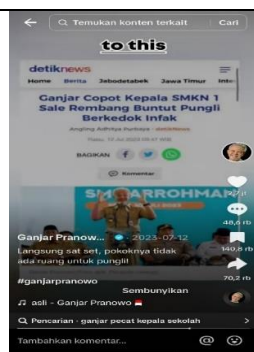
GP ke Kota Medan
(11 Juni 2023)



Pada bulan Juni 2023 Ganjar Pranowo mengupload sebanyak 50 konten. Video terbanyak diupload pada tanggal 6, 8, 11, 14 dan 19 sebanyak 3 video per harinya. Video dengan views terbanyak dibulan Juni diupload pada hari Rabu, 14 Juni 2023, yaitu saat Ganjar Pranowo sharing bersama para content creator, views nya tembus sebanyak 6,7M dan likes 1,1M. Pada bulan Juni ada 1 hari dimana Ganjar Pranowo tidak mengupload konten video yaitu pada hari Minggu, 25 Juni

2023. Pada bulan Juni video dengan views paling sedikit diupload pada hari Minggu, 11 Juni 2023 berisi konten tentang Ganjar Pranowo yang sedang perjalanan menuju kota Medan, viewsnya sebanyak 67,4K dan likes 3274.

**Kepsek SMKN 1 Sale Pungli
(12 Juli 2023)**



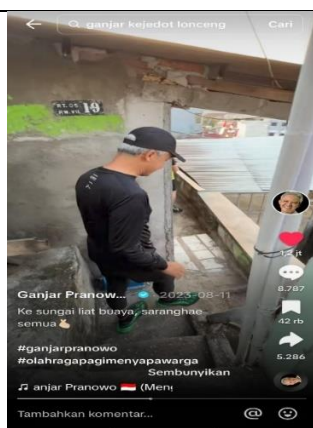
**GP terima penghargaan koperasi
andalan
(15 Juli 2023)**



Pada bulan Juli 2023 Ganjar Pranowo mengupload sebanyak 100 konten. Video terbanyak diupload pada tanggal 12 Juli 2023 yaitu sebanyak 6 video. Video dengan views terbanyak dibulan Juni diupload pada hari Rabu 12 Juli 2023, yaitu saat Ganjar Pranowo mengunjungi SMKN 1 Sale yang mana sekolah gratis tapi membayar, laporkan! Pokoknya tidak ada ruang untuk pungli,

views nya tembus sebanyak 45.4M dan likes 2.7M. Di bulan Juli Ganjar Pranowo mengupload video setiap hari. Selanjutnya, di bulan Juli video dengan views paling sedikit diupload pada hari Sabtu, 15 Juli 2023 yaitu berisi Ganjar Pranowo menerima penghargaan sebagai Pembina koperasi andalan, views.nya sebanyak 85.0K dan likes 2389.

**GP olahraga pagi
(11 Agustus 2023)**



**GP menghadiri Central Investment
Business Forum di Magelang (24
Agustus 2023)**



Pada bulan Agustus 2023 Ganjar Pranowo mengupload sebanyak 87 konten. Video terbanyak diupload pada

tanggal 6, 12, dan 22 Agustus 2023 yaitu sebanyak 4 video perharinya. Video dengan views terbanyak dibulan

Agustus diupload pada hari Senin, 11 Agustus 2023 yaitu saat Ganjar Pranowo sedang olahraga pagi serta menyapa warga, views nya tembus sebanyak 19.6M dan likes 1,2M. Pada bulan Agustus, Ganjar Pranowo mengupload konten setiap harinya.

Selanjutnya, di bulan Agustus video dengan views paling sedikit diupload pada hari Kamis, 24 Agustus 2023 yaitu berisi Ganjar Pranowo menghadiri Central Jaya Investment Business Forum di Magelang, views.nya sebanyak 171.9K dan likes 10,4K.

Talkshow KompasTV
(22 September 2023)



GP ke Klaten ikut Tradisi Yaa Qowiyuu
(2 September 2023)



Pada bulan September 2023 Ganjar Pranowo mengupload sebanyak 73 konten. Video terbanyak diupload pada tanggal 26 September 2023 yaitu sebanyak 4 video. Video dengan views terbanyak dibulan September diupload pada hari Jum'at , 22 September 2023 yaitu saat Ganjar Pranowo bersama anaknya dan istrinya membahas terkait anaknya bernama Alam, Kita harus pegang prinsip mandiri, terbentur, terbentur, terbentuk. views nya tembus sebanyak 12.0M dan likes 998,7K. Di bulan September, Ganjar Pranowo mengupload video setiap harinya. Selanjutnya, pada bulan September video dengan views paling sedikit diupload pada hari Sabtu, 2 September

2023 yaitu berisi Ganjar Pranowo mengunjungi tradisi Yaa Qowiyuu yaitu sebuah ungkapan rasa syukur yang diwujudkan lewat berbagi oleh saudara warga Klaten, views.nya sebanyak 72.6K dan likes 17,1K.

GP mengobrol dengan seorang siswa
(11 Oktober 2023)



Ngobrol asik dengan tuan guru Bajang
(15 Oktober 2023)



Pada bulan Oktober 2023 Ganjar Pranowo mengupload sebanyak 45 konten. Video terbanyak diupload pada tanggal 31 Oktober 2023 yaitu sebanyak 3 video. Video dengan views terbanyak dibulan Oktober diupload pada hari Rabu, 11 Oktober 2023 yaitu saat Ganjar Pranowo mengobrol dengan seorang anak dan di semangati untuk jangan menyerah dan menjadi orang sukses, views nya tembus sebanyak 3.7M dan likes 357,9K. Di bulan Oktober, ada satu hari dimana Ganjar Pranowo tidak mengunggah konten, yaitu pada tanggal 21 dan 24 Oktober 2023. Selanjutnya, pada bulan oktober video dengan views paling sedikit diupload pada hari Minggu, 15 Oktober 2023 yaitu berisi Ganjar Pranowo ngobrol asik bareng Tuan Guru Bajang, views.nya sebanyak 78.5K dan 5949.

Setelah di analisis frekuensi konten video Ganjar Pranowo dari bulan Januari – Oktober 2023 menunjukkan bahwa beliau memanfaatkan media sosial untuk personal brandingnya.

Konten terbanyak viewsnya dari bulan Januari - Oktober yaitu pada bulan Juni diupload hari Rabu 12 Juli 2023, yaitu saat Ganjar Pranowo mengunjungi SMKN 1 Sale yang mana sekolah gratis tapi membayar, laporkan! Pokoknya tidak ada ruang untuk pungli, views nya tembus sebanyak 45.4M. Sedangkan konten paling sedikit viewsnya yaitu pada bulan April video diupload hari Jum'at, 7 April 2023 konten berisi Ganjar Pranowo mengunjungi Panti Wreda Dharma Bhakti Kasih Surakarta, jumlah views nya yaitu 3,3K.

Berdasarkan pengamatan peneliti pada akun media sosial TikTok Ganjar Pranowo memiliki beberapa kategori konten video. Kategori tersebut diberi label mulai dari anak-anak, infrastruktur, sowan ulama, dekat kamu, kerja ganjar, quote, dan love. Akan tetapi penulis hanya mengambil 4 kategori yang sering di gunakan oleh Ganjar Pranowo dalam mengupload kontennya antara lain sebagai berikut :

Kategori Konten	Deskripsi Konten Video
Infrastruktur	Pada kategori konten ini berisikan informasi tentang infrastruktur yang berlangsung, Ganjar Pranowo mencoba untuk menjelaskan secara jelas dan menarik mengenai progres pembangunan infrastruktur di Jawa Tengah. Konten infrastruktur Ganjar Pranowo di TikTok ini sering kali memperlihatkan interaksi langsung dengan masyarakat seperti kunjungan lokasi proyek, pembangunan puskesmas, tempat ibadah, cek progres pembangunan jalan maupun jembatan serta membuat aplikasi jalan cantik untuk warga supaya bisa lapor kondisi jalan yang rusak. Sehingga keseluruhan konten yang diupload bukan hanya sekedar pemberian informasi, tetapi juga merupakan upaya untuk akses terhadap informasi pembangunan. Hal ini mencerminkan komitmen Ganjar Pranowo dalam membangun transparansi, akuntabilitas, dan keterlibatan masyarakat dalam menjalankan pemerintahan.
Sowan Ulama	Pada kategori konten ini berisikan informasi tentang pendekatannya yang inklusif terhadap berbagai elemen masyarakat untuk berbagi momen saat menjalani tradisi sowan ulama. Melalui konten ini, Ganjar Pranowo berusaha memperlihatkan betapa pentingnya menjaga hubungan baik dengan ulama dan tokoh agama dalam menjalankan kepemimpinan. Mulai dari kegiatan bakti sosial, diskusi kegamaan, silaturahmi dengan ulama, hingga upacara kegamaan serta ziarah makam walisongo. Dalam konten ini, Ganjar Pranowo terlibat aktif dan memperlihatkan dukungan penuh dalam kehidupan beragama yang harmonis di masyarakat. Konten sowan ulama bukan hanya sekedar pameran hubungan, tetapi merupakan upaya nyata untuk memperkuat relasi antara pemimpin agama dan pemerintah. Ganjar Pranowo berhasil menyampaikan pesan-pesan kebijakan yang menginspirasi masyarakat untuk menjaga kerukunan dan toleransi antar umat beragama.
Anak-Anak	Pada kategori konten ini berisikan informasi tentang kepedulian Ganjar Pranowo terhadap pendidikan dan kesejahteraan anak-anak. Terlihat Ganjar Pranowo berbagi momen bersama anak-anak mulai dari sekolah hingga acara-acara komunitas, ikut aktif bermain dan belajar bersama anak-anak seperti membacakan cerita, bermain permainan tradisional atau sesi tanya jawab. Dalam konten ini, Ganjar Pranowo ingin menunjukkan dukungannya terhadap pendidikan anak-anak untuk tetap semangat dalam belajar. Seringkali juga memperlihatkan momen-momen kebersamaan dari berbagai latar belakang, termasuk anak-anak dari keluarga kurang mampu atau anak-anak dengan kebutuhan khusus. Ganjar Pranowo berhasil menyampaikan pesan positif tentang pentingnya pendidikan, inklusivitas, dan kepedulian terhadap masa depan generasi muda.
Dekat Kamu	Pada kategori konten ini berisikan informasi tentang kedekatannya dengan rakyat serta aktif membagikan konten yang mencerminkan kehidupan sehari-hari dan kegiatan bersama warga seperti kunjungan ke pasar tradisional, dialog dengan petani, atau partisipasi dalam acara budaya lokal, pembagian sembako kepada keluarga yang kurang mampu dan program-program pemberdayaan ekonomi lokal. Dalam konten ini, Ganjar

Pranowo terlihat aktif berinteraksi dengan warga, mendengarkan aspirasinya, dan memberikan dukungan serta solusi atas masalah yang dihadapi rakyat. Konten dekat kamu ini mencerminkan pendekatan kepemimpinan yang inklusif, responsif, dan berpihak pada rakyat. Ganjar Pranowo berhasil menjembatani kesenjangan antara pemerintah dan masyarakat serta memperkuat hubungan yang erat dan partisipasi publik dalam pembangunan daerah.

Hal ini menunjukkan bahwa konten TikTok Ganjar Pranowo memiliki pola yang menarik seiring waktu. Dalam kurun waktu tertentu, terlihat bahwa beberapa kontennya fokus pada kegiatan resmi sebagai pemimpin, termasuk kunjungan ke daerah dan acara pemerintahan. Frekuensi tinggi dalam jenis konten menunjukkan usahanya untuk tetap terhubung dengan masyarakat dan memberikan wawasan langsung tentang tugas-tugasnya sebagai politisi. Selain itu, Ganjar Pranowo juga rutin membagikan momen informal dan santai seperti kegiatan sehari-hari dan interaksi dengan orang-orang sekitarnya. Hal ini menciptakan keseimbangan yang baik antara citra resmi dan keberadaannya sebagai personal yang sederhana yang dapat memperkuat daya tarik dengan masyarakat. Penting juga di catat bahwa Ganjar Pranowo menggunakan frekuensi yang bijak dalam menyampaikan pesan-pesan politik dan aspirasi kebijakannya melalui TikTok. Frekuensi keterlibatannya dalam isu-isu mencerminkan strategi komunikasi yang matang untuk mencapai tujuan politiknya dan membangun dukungan masyarakat di media sosial TikTok tersebut. Nah dari sini dapat di tarik kesimpulan bahwa Ganjar Pranowo di TikTok menekankan komitmen pada keterlibatannya dalam berbagai inisiatif yang berkaitan dengan kesejahteraan masyarakat. Dengan strategi

penggunaan media sosial ini Ganjar Pranowo menciptakan personal branding yang kuat dan menyakinkan serta mengukuhkan posisinya sebagai pemimpin yang peduli di mata masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yang dilakukan pada akun media sosial TikTok Ganjar Pranowo terkait personal branding dirinya pada persepsi di kalangan mahasiswa perguruan tinggi negeri di Jawa Tengah menuju pemilihan presiden tahun 2024. Maka dengan ini penulis dapat mengambil kesimpulan yaitu bahwa dari persepsi mahasiswa melalui akun media sosial TikTok Ganjar Pranowo dapat di lihat bahwa Ganjar Pranowo menggunakan teori personal branding yang dinyatakan oleh McNally dan Speak yang menyebutkan bahwa sebuah personal brand kuat selalu terdapat tiga hal mendasar yang menyatu yaitu Kekhasan, Relevansi dan Konsistensi. *Pertama* yaitu Kekhasan; Persepsi mahasiswa menunjukkan bahwa konten video yang dihasilkan pada akun media sosial TikToknya memiliki kekhasan yang mencerminkan kepribadian Ganjar Pranowo melalui berbagai video yang menampilkan sisi

humor, kecerdasan dan keterlibatannya dalam isu-isu penting. Sehingga kekhasan ini menjadi daya tarik tersendiri bagi pengikutnya, menciptakan identifikasi positif yang dikenal merakyat serta sering blusukan terjun langsung dengan masyarakat. *Kedua* yaitu Relevansi: Persepsi mahasiswa menyatakan relevan dengan isu-isu aktual dan relevan dalam berbagai video, memberikan pandangan dan komentar terhadap perkembangan terkini yang sedang trend misal jedag jedug ataupun memanfaatkan platform sehingga menjadi faktor penting dalam mempertahankan ketertarikan di kalangan generasi muda dan

keterlibatan masyarakat. Relevansi telah di tampilkan Ganjar Pranowo dengan mengupload konten yang apa adanya sesuai dengan kehidupan sehari-hari dan tidak dibuat-buat. *Ketiga* yaitu Konsistensi; Persepsi mahasiswa menyatakan bahwa dalam penyampaian pesan dan gaya unik Ganjar Pranowo terlihat melalui konsistensi dalam pemilihan kontennya yang menarik serta mengupload video setiap harinya. Dengan demikian, dalam konten TikTok Ganjar Pranowo berkontribusi positif terhadap citra serta dalam peningkatan koneksi politik sehingga tingkat popularitasnya tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Rafiq. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Jurnal Global Komunika Vol. 1, No. 1, Juli*.
- Abdillah, Leon. (2022). *Peranan Media Sosial Modern*. Palembang : Bening Media Publishing.
- Angelina, Ghita. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Makassar. *Jurnal Manajemen, Vol 10. Nomor 1*
- D.P Adawiyah. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang, *Jurnal Komunikasi, Vol 14 No. 2*.
- Datakata. URL :<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/19/pengguna-tiktok-terus-bertambah-sampai-kuartal-i-2022>. Diakses 2 Oktober 2023 Pukul 22.15 WIB
- David, McNally dan Karl D Speak. (2014). *Be Your Own Brand*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Haroen, Dewi. (2014). *Personal Branding Kunci Kesuksesan Anda Berkiprah di Dunia Politik*, Jakarta : Gramedia.
- Hasiholan, Togi Prima. Rezki Pratami dan Umaimah Wahid. (2020).

- Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Pencegahan Corona Covid-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 5 No. 2*.
- Hidayatullah, Gusti Rahmat. (2021). Skripsi Personal Branding Ganjar Pranowo Melalui Media Sosial (Analisis Teori Peter Montonya Pada Akun Instagram @Ganjar_Pranowo). UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Intan, Siti Nur dan Sylvana Murni. (2020). Pendampingan Penggunaan Media Sosial Yang Cerdas Dan Bijak Berdasarkan Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat. Vol. 2, No. 1*.
- Kompas.com
(<https://tekno.kompas.com/read/2020/02/25/12320007/video-tiktok-malah-populer-di-instagram-mengapa->) Diakses 9 Oktober 2023 Pukul 22.30 WIB.
- KPU.go.id. URL
(<https://www.kpu.go.id/berita/baca/11702/dpt-pemilu-2024-nasional-2048-juga-pemilih>) Diakses 12 Desember 2023 Pukul 12.50 WIB
- Kurniasih, Dewi, dkk. (2021). *Teknik Analisa*. Penerbit Alfabeta : Bandung.
- Moleong, Lexy J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial dalam Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Perdana, Aditya dkk. (2019). *Tata Kelola Pemilu di Indonesia*. Jakarta Pusat: Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia
- Purnomo, Herdaru, Mandra Adi Gunawan, Dinda Firda Anggraini. (2020). Tiktok Sebagai Instrumen Media Sosial Baru Dalam Komunikasi Politik, Syntax Literate. *Jurnal Ilmiah Indonesia Vol. 7, No. 10*.
- Rahmah, Syifaur. (2021). Personal Branding Ganjar Pranowo untuk Membangun Komunikasi Politik di Media Sosial Instagram. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 5. No. 1, Januari*.
- S. Raharjo. (2019). *The Master Book Of Personal Branding*, Jogjakarta: QUADRANT.
- Safitri, Ghabie Aulia. (2021). Skripsi Strategi Personal Branding Ganjar Pranowo Melalui Media Sosial Pribadi

@Ganjar_Pranowo.

Universitas

Muhammadiyah

Yogyakarta.

Sarbaini. (2015). Demokratisasi dan Kebebasan Memilih Warga Negara dalam Pemilihan Umum. *Jurnal Inovatif*. Vol 3 No. 1

Setiadi, Ahmad. (2016). *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi*, AMIK BSI Karawang.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, Bandung : Penerbit Alfabeta.

Sulthan, Muhammad dan Bakti Istiyanto. (2019). Model Literasi Media Bagi Mahasiswa. *Jurnal ASPIKOM* Vol. 3, No. 6, Januari.

Surahman, Amin dan Muhammadsyah Siregar. (2015). Pemimpin dan Kepemimpinan dalam Al-Qur'an. *Jurnal Tanzil*, Vol. 1, No. 1, Oktober.

Suryani, Ita. (2014). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Produk Dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community. *Jurnal Komunikasi*, Vol 8 No, 2.

Susilowati. (2018). Pemanfaatan Aplikasi TikTok sebagai Personal Branding di Instagram. *Jurnal Komunikasi* Vol 9 No. 2.