

TREND KOMUNIKASI POLITIK DI MEDIA SOSIAL

Ipan Nurhidayat ¹, Regi Refian Garis ²

Magister Ilmu Pemerintahan

Sekolah Tinggi Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Tasikmalaya, Indonesia ¹

Universitas Galuh, Ciamis, Indonesia ²

regirefiangaris@gmail.com

Abstract

Communication is an activity that cannot be separated from human life. Based on its form, there is interpersonal communication, small group communication, public communication, organizational communication and mass communication. Based on the context, there are several types of communication, such as business communication, health communication, intercultural communication, family communication and also political communication. Basically communication is a relationship between humans in order to achieve mutual understanding (mutual understanding). To explain about ganjar pranowo's political communication through Instagram social media, the author uses a descriptive method with a qualitative approach. With this method the researcher tries to describe, analyze, and build meaning about political communication in the current era. Ganjar Pranowo is a political figure who is very active on social media and often uses social media to communicate with his people. Ganjar Pranowo is well-known on social media for his accomplishments in advancing Central Java, and he also enjoys being involved in society both virtually and in person. The image of a politician must be effective and channeled to be effective. Social media is a popular media used and followed by many people. This has the potential to change public opinion in a number of ways. Ganjar Pranowo is a political figure who is very active on social media and often uses social media to communicate with his people.

Keywords: Political Communication, social media.

Abstrak

Komunikasi merupakan aktivitas yang tidak dapat terpisahkan dari keseharian manusia. Berdasarkan bentuknya, terdapat komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok kecil, komunikasi publik komunikasi organisasi dan komunikasi massa. Berdasarkan konteksnya ada beberapa jenis komunikasi, seperti komunikasi bisnis, komunikasi kesehatan, komunikasi antarbudaya, komunikasi keluarga dan juga komunikasi politik. Pada dasarnya komunikasi adalah hubungan antar manusia dalam rangka mencapai saling pengertian (mutual understanding). Untuk menjelaskan tentang komunikasi politik ganjar pranowo melalui media sosial instagram, penulis menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dengan metode ini peneliti berusaha untuk mendeskripsikan, menganalisis, dan membangun makna tentang komunikasi politik di era sekarang. Ganjar Pranowo adalah tokoh politik yang sangat aktif di media sosial dan sering menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan rakyatnya. Ganjar Pranowo terkenal di media sosial karena prestasinya dalam memajukan Jawa Tengah, dan ia juga senang terlibat dalam masyarakat baik secara virtual maupun nyata. Citra seorang politisi harus efektif dan

tersalurkan agar efektif. Media sosial merupakan media yang populer digunakan dan diikuti oleh banyak orang. Ini memiliki potensi untuk mengubah opini publik dalam beberapa cara. Ganjar Pranowo adalah tokoh politik yang sangat aktif di media sosial dan sering menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan rakyatnya.

Kata Kunci: *Komunikasi Politik, Media Sosial.*

A. PENDAHULUAN

Komunikasi politik di media sosial muncul sebagai hasil dari perkembangan teknologi informasi dan internet yang semakin pesat. Dengan semakin banyaknya pengguna media sosial, maka media sosial menjadi platform yang penting bagi politisi, partai politik, dan pemerintah untuk berkomunikasi dengan masyarakat.

Latar belakang perkembangan komunikasi politik di media sosial adalah: pertama, Kemudahan akses internet: Semakin murah biaya akses internet dan semakin luasnya jaringan internet, memungkinkan banyak orang untuk terhubung ke media sosial dan menggunakan platform tersebut untuk mengakses informasi politik. Kedua, Potensi pasar politik yang besar: Dengan semakin banyaknya pengguna media sosial, maka media sosial menjadi platform yang penting bagi politisi, partai politik, dan pemerintah untuk berkomunikasi dengan masyarakat dan mempengaruhi opini publik. Ketiga, Kemampuan berpartisipasi dan berbagi informasi: Media sosial memberikan kemampuan bagi pengguna untuk berpartisipasi dalam diskusi politik dan berbagi informasi politik dengan mudah. Keempat, Kekuatan pengaruh media sosial: Media sosial telah terbukti memiliki pengaruh besar dalam mempengaruhi opini publik dan keputusan politik. Hal ini terlihat dari beberapa contoh seperti kampanye politik di Amerika Serikat, yang menunjukkan betapa pentingnya media sosial dalam mempengaruhi hasil pemilihan presiden. Kelima, Perkembangan teknologi digital: Perkembangan teknologi digital seperti big data analytics dan kecerdasan buatan memungkinkan pengguna media sosial untuk diperlakukan secara spesifik, sehingga

memungkinkan partai politik dan politisi untuk mengirim pesan yang tepat dan efektif untuk target audiens tertentu.

Dengan demikian, media sosial telah menjadi alat penting dalam komunikasi politik modern, dan menjadi platform yang penting bagi politisi, partai politik, dan pemerintah untuk berkomunikasi dengan masyarakat. Namun, di sisi lain, media sosial juga memunculkan berbagai tantangan dan risiko dalam komunikasi politik, sehingga perlu adanya pengaturan dan pengawasan yang lebih ketat dalam penggunaannya.

Di zaman modern ini kemajuan akan teknologi komunikasi telah menyebar pada kehidupan umat manusia. Salah satu bentuk kemajuan teknologi komunikasi adalah media baru atau yang di kenal dengan teknologi digital yang kemudian melahirkan media sosial (*social media*). Dengan adanya kehadiran media sosial juga mempengaruhi bidang politik. Penelitian yang dilakukan di Amerika Serikat menunjukkan bahwa media sosial adalah alat kampanye yang efektif. Sebelum era media sosial, politisi di Negeri Paman Sam sudah memanfaatkan internet untuk media berkampanye (Anshari, 2016).

Komunikasi merupakan aktivitas yang tidak dapat terpisahkan dari keseharian manusia. Berdasarkan bentuknya, terdapat komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok kecil, komunikasi publik komunikasi organisasi dan komunikasi massa. Berdasarkan konteksnya ada beberapa jenis komunikasi, seperti komunikasi bisnis, komunikasi kesehatan, komunikasi antarbudaya, komunikasi keluarga dan juga komunikasi politik. Pada dasarnya komunikasi adalah hubungan antar manusia dalam rangka mencapai saling pengertian (*mutual understanding*). Perbedaan itu terletak pada isi pesan, artinya, komunikasi politik memiliki pesan yang bemuatan politik. Sementara komunikasi lain juga mempunyai muatan isi yang sesuai dengan jenis komunikasinya. Jadi untuk membedakan antara satu disiplin dengan disiplin lainya dalam studi ilmu komunikasi terletak pada sifat atau isi pesannya. Komunikasi politik, dengan demikian

adalah upaya sekelompok manusia yang mempunyai orientasi, pemikiran politik atau ideologi tertentu dalam rangka menguasai atau memperoleh kekuasaan

Perkembangan penggunaan media sosial saat ini menurut Ardianto, para pengguna internet menggantungkan diri pada situs-situs online untuk memperoleh berita. Dalam penelitian *We Are Social* dan *Hoosuite* terungkap bahwa masyarakat Indonesia sangat gemar mengunjungi media sosial tercatat, setidaknya kini ada sekira 130 juta masyarakat Indonesia yang aktif di berbagai media sosial, mulai dari Facebook, Instagram, Twitter dan lainnya. Dalam laporan ini juga terungkap jika pada Januari 2018 total masyarakat Indonesia sejumlah 265,4 juta penduduk. Sedangkan penetrasi penggunaan internet mencapai 137,7 juta pengguna. Jika membandingkan dengan total penduduk Indonesia, berarti, 97,9 pengguna internet di Indonesia sudah menggunakan media sosial. Sedangkan jika dibandingkan dengan total penduduk Indonesia, ini berarti sekira 48 persen penduduk Indonesia menggunakan media sosial. Secara global, total pengguna Internet menembus angka empat miliar pengguna. Untuk pengguna media sosialnya, naik 13 persen dengan pengguna year-on-year mencapai 3,196 miliar.

Perkembangan teknologi komunikasi telah merambah kehidupan umat manusia. Salah satu bentuk perkembangannya adalah media baru yang kemudian melahirkan media sosial. Media sosial hadir untuk memudahkan penggunaanya dalam melakukan komunikasi tanpa batas ruang dan waktu. Termasuk di dalamnya adalah Instagram hadir sebagai media sosial yang populer di masyarakat. Instagram merupakan salah satu jejaring sosial yang mampu memberikan pengalaman mengekspresikan diri yang berbeda dengan jejaring sosial lain. Melalui Instagram pengguna bebas berbagi cerita, pengalaman, hal-hal yang mereka sukai atau benci, dan bahkan foto *selfie* (foto pribadi) mereka tanpa dibatasi jarak dan waktu dengan *follower*-nya melalui foto dan gambar, *caption*, dan komentar di foto.

Sementara itu partai politik di Indonesia juga sudah banyak yang memiliki akun *Facebook*, *Twitter*, dan *YouTube*, disamping *website* resmi parpol. Sementara para elite politik atau politisi juga memiliki masing-masing akun pribadi seperti politisi Prabowo Subianto (*twitter @prabowo*), Gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil (*twitter @ridwankamil*), Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan (*twitter @aniesbaswedan*), Bahkan akun twitter Presiden RI Jokowi Widodo (*twitter @jokowi*). berstatus *verified account*, yang artinya sudah mendapatkan verifikasi dari pihak *Twitter*. Dari sosial media *Twitter* para tokoh politik dapat memberitahukan program kerja, pendapat mengenai isu terkini, atau pembicaraan-pembicaraan yang sifatnya ringan, menanggapi *mention* dari masyarakat, adalah hal-hal yang umumnya tercantum dalam linimasa *Twitter* para tokoh politik tersebut.

Komunikasi politik ialah proses penyampaian informasi mengenai politik dari pemerintah kepada masyarakat dan dari masyarakat kepada pemerintah, Makna komunikasi politik disini sudah bukan hal yang baru bagi dunia politik ataupun disiplin ilmu komunikasi. Komunikasi politik disini menurut (Djuyandi, 2017) yaitu sebuah gabungan yang lebih dari dua disiplin ilmu akademik kedalam suatu aktivitas, terutama dalam ada hubungannya yang terkait dengan komunikasi dan politik. Tersedianya komunikasi politik paling sering terjadi di media sosial maupun di media cetak, untuk dari itu media sosial mempunyai peran penting dalam sistem politik dan suksesnya komunikasi politik sangat akan berpengaruh pada pemantapan politik.

Komunikasi politik memiliki beberapa tujuan. Anwar arifin ada 4 tujuan dari komunikasi politik. Pertama, membangun dan membentuk citra dan opini publik; kedua, mendorong partisipasi politik; ketiga, memenangi pemilihan; keempat, mempengaruhi kebijakan negara atau publik. Keempat hal tersebut harus berjalan karena penting demi terciptanya masyarakat yang adil dan sejahtera (Arifin, 2015).

Komunikasi politik digunakan hampir dalam setiap komunikasi di masyarakat, baik interaksi lisan maupun tulis. Pada interaksi tulis, media yang paling sering digunakan untuk berkomunikasi adalah media sosial. Pada media sosial, pengguna dapat bertukar informasi, saling berkolaborasi, dan menjalin hubungan pertemanan dalam wujud tulisan, foto, atau video (Puntoadi, 2011).

Salah satu media sosial yang banyak digunakan adalah media sosial instagram. Media sosial instagram digunakan tidak hanya dimanfaatkan oleh anak muda saja, tetapi juga kepala daerah. Salah satu kepala daerah yang aktif di instagram adalah Ganjar Pranowo. Beliau menggunakan media sosial intagram tidak hanya untuk komunikasi dengan masyarakat, tetapi juga sebagai reformasi birokrasi dan kontrol manajemen. Ganjar Pranowo juga seorang multibahasawan, yaitu orang yang menguasai lebih dari dua kode bahasa. Hal inilah yang menjadikan instagram kepala daerah tersebut banyak terdapat variasi kode yang digunakan.

Instagram dapat digunakan sebagai sarana komunikasi politik mengenai setiap kegiatan yang berhubungan dengan tugas kepala daerah. Misalnya memberikan informasi tentang program kerja terbaru, penanganan suatu masalah, bentuk kerja sama yang dilakukan pemerintah daerah, jajak pendapat, nasihat, atau hanya untuk menyapa masyarakat. Semua itu dilakukan sebagai upaya untuk menjalin komunikasi antara pemimpin dengan masyarakat. Widyawari & Zulaeha (2016) mengemukakan bahwa kecenderungan tuturan pelaku politik adalah multitafsir dipahami oleh masyarakat sehingga dengan mengetahui maksud tuturan, masyarakat dapat mengikuti, mempercayai, melaksanakan apa yang diinginkan, atau sebaliknya.

Pola pilihan kode tutur dapat dilihat berdasarkan hubungan dari seorang pemimpin atau kepala daerah, bawahan, dan masyarakat. Pola tersebut meliputi pola vertikal, pola horizontal, pola formal, dan pola informal (Almond, 1960). Sejalan dengan Almond, Rahardi (2001) mengemukakan bahwa pola pilihan kode tutur

melibatkan dua dimensi sosial manusia, yakni dimensi horizontal dan vertikal. Dimensi horizontal menyangkut hubungan penutur dan mitra tutur yang sederajat dan memiliki suatu hubungan keakraban. Dimensi vertikal berhubungan dengan kekuasaan, yakni berkaitan dengan hubungan sosial, kedudukan, dan status sosial antara penutur dan mitra tutur. Hal inilah yang menjadikan dasar dari penelitian ini, yaitu untuk menganalisis pola komunikasi politik Ganjar Pranowo berdasarkan pilihan kode tutur yang digunakan. Pola komunikasi politik Ganjar Pranowo dapat dilihat berdasarkan hubungan partisipan antara penutur dan mitra tutur. Selain itu, pola komunikasi politik juga dapat dilihat berdasarkan situasi.

Sehubungan dengan perkembangan media sosial khususnya Instagram, hal ini dimanfaatkan untuk kepentingan politik oleh beberapa pejabat publik dalam upaya menarik massa pada kampanye Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Jawa Tengah tahun 2018. Pemilihan Langsung Kepala Daerah, merupakan bagian dari demokratisasi lokal yang ada di Indonesia. Momen Pilkada ini merupakan momen yang sangat penting bagi Bangsa Indonesia, dimana para kandidat bakal calon akan dipilih secara langsung oleh rakyat Indonesia.

Salah satu tokoh politisi yang memanfaatkan media sosial untuk melakukan komunikasi politik adalah Ganjar Pranowo. Pentingnya perkembangan teknologi dan media sosial saat ini menjadikan keuntungan untuk menyapa warga atau sebagai fasilitator sebuah aspirasi dari masyarakat. Ganjar Pranowo berpendapat bahwa pemilikan media sosial dilakukan agar pejabat bisa melayani masyarakat dengan maksimal. Sehingga beliau meminta kepada seluruh pejabat maupun Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) di Kota Magelang, Jawa Tengah untuk memiliki akun media sosial seperti *Facebook, Twitter, Youtube, WhatApps, Instagram* dan media sosial lainnya. Demikian juga dengan masyarakat bisa lebih terbuka mengemukakan aspirasi dan keluhan tanpa harus bertemu.

Sifat komunikasi politik di media sosial bisa merupakan kegiatan silaturahmi terkait kepentingan politik di dunia nyata. Jika komunikasi politik di dunia nyata begitu ramai, keras suaranya tapi tanpa bukti nyata, di media sosial adalah antitesis dari ramai dan bising tersebut, yaitu bermakna. Setiap suara punya arti, memiliki pembuktiannya sendiri-sendiri. Politik di media sosial bisa merupakan politik sejati, yaitu politik yang memiliki daya dobrak. Banyak juga isu-isu politik yang dipakai menyerang lawan politiknya.

B. METODE PENELITIAN

Untuk menjelaskan tentang komunikasi politik ganjar pranowo melalui media sosial instagram, penulis menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dengan metode ini peneliti berusaha untuk mendeskripsikan, menganalisis, dan membangun makna tentang komunikasi politik di era sekarang. Hal ini sejalan dengan pemikiran Whitney (1960:160) yang menyatakan bahwa metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena.

C. LANDASAN TEORITIS

1. Pengertian Komunikasi Politik

Definisi komunikasi politik dalam kajian politik, dapat dipahami sebagai upaya-upaya pembentukan kesepakatan. Misalnya, kesepakatan menyangkut pembagian sumber daya kekuasaan (*power sharing*) atau bagaimana kesepakatan tersebut dibuat.

Sementara komunikasi politik dalam kajian komunikasi dipahami sebagai pesan bercirikan politik untuk memengaruhi pihak lain dalam pencapaian tujuan yang direncanakan. Dengan demikian yang pertama, fokus pada aktivitas politik, sementara yang kedua, fokus pada pesan bercirikan politik.

Jika kita runut ke akar katanya (etimologi), istilah komunikasi (*communication*) berasal dari kata Latin "*communis*" yang berarti "sama" atau "*communicare*" yang berarti "membuat sama" (*to make common*). Dengan demikian, definisi komunikasi politik secara sederhana mengacu pada pengalihan informasi untuk memperoleh tanggapan atau saling berbagi informasi.

Secara terminologi, komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lain. Lasswell mendefinisikan komunikasi sebagai *who says what in which channel to whom with what the effect*. Secara general, komunikasi adalah proses peyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan komunikasi terdiri atas dua aspek: *pertama*, isi pesan (*the content of message*). *Kedua*, Lambang (Symbol). Konkretnya, isi pesan adalah pikiran atau perasaan, lambang dan bahasa. Definisi politik dilihat dari terminologinya, merupakan aktivitas atau sikap yang berhubungan dengan kekuasaan dan bermaksud untuk mempengaruhi dengan jalan mengubah atau mempertahankan suatu bentuk susunan masyarakat. Sementara itu, menurut Ramlan Surbekti, terdapat lima pandangan mengenai politik, yaitu sebagai berikut:

- 1) Politik adalah usaha bersama-sama yang ditempuh warga untuk membicarakan dan mewujudkan kebaikan bersama.
- 2) Politik adalah segala hal yang berkaitan dengan penyelenggaraan negara dan pemerintah.
- 3) Politik adalah segala kegiatan yang diarahkan untuk mencari dan mempertahankan kekuasaan.

- 4) Politik sebagai kegiatan yang berkaitan dengan perumusan dan pelaksanaan kebijakan umum.
- 5) Politik sebagai konflik dalam rangka mencari dan atau mempertahankan sumber-sumber yang dianggap penting.

Komunikasi Politik sebagai kegiatan politik merupakan penyampaian pesan-pesan yang bercirikan politik oleh aktor politik kepada pihak lain. Dengan demikian, inti komunikasi politik adalah komunikasi yang diarahkan kepada pencapaian suatu pengaruh sedemikian rupa, sehingga masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan tersebut dapat mengikat suatu kelompok atau warga tertentu. Komunikasi politik dengan demikian adalah upaya sekelompok manusia yang mempunyai orientasi, pemikiran politik atau ideologi tertentu dalam rangka menguasai atau memperoleh kekuasaan. Denton dan Woodward memberikan karakteristik komunikasi politik dalam istilah *Intention* (Tujuan) pengirimnya untuk mempengaruhi lingkungan politik. (*the political environment*). Faktor penting membuat terjadinya komunikasi politik bukanlah sumber sebuah pesan melainkan isi dan tujuan.

Secara sederhana, komunikasi politik (*political communication*) adalah komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik, atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan pemerintah. Mengingat komunikasi melekat pada setiap orang sebagaimana, menurut Watzlawick dalam Bower dan Bradac, 1982.3, manusia adalah makhluk yang tidak bisa tidak berkomunikasi, maka setiap tingkah laku manusia, termasuk pada saat diam, dan tidak merespon pesan politik dari satu sumber, tetap saja menimbulkan makna yang berhubungan dengan nuansa politik.

Dalam hubungannya dengan kehidupan berbangsa dan bernegara, Bambang Setiawan (1990: 407) berpendapat bahwa komunikasi politik adalah proses penyampaian pendapat, sikap dan tingkah laku orang-orang, Lembaga-lembaga, atau kekuatan-kekuatan politik dalam rangka mempengaruhi keputusan politik, sedangkan

yang dimaksud politik tidak lain adalah kehidupan bernegara. Secara fleksibel komunikasi politik merupakan komunikasi yang mengacu pada kegiatan politik (Nimmo, 2007:8). Dengan demikian semua kegiatan bernuansa politis, yang dilakukan oleh pemerintah, atau kekuasaan negara beserta institusi pendukung maupun yang dilakukan rakyat pada umumnya, merupakan bentuk komunikasi politik.

2. Unsur-Unsur Komunikasi Politik

Komunikasi politik pada dasarnya merupakan salah satu bentuk dari banyak bentuk komunikasi baik dari sisi jumlah pelakunya yang relative sederhana seperti halnya komunikasi antar personal (*interpersonal communication*) maupun dalam bentuk yang lebih kompleks seperti halnya komunikasi yang dilakukan oleh sesuatu lembaga (*institutional communication*) maka dalam prosesnya ia tidak terlepas dari dimensi-dimensi komunikasi pada umumnya. Seperti dalam bentuk komunikasi lainnya, komunikasi berlangsung dalam suatu proses penyampaian pesan-pesan tertentu yang berasal dari sumber, selaku pihak yang memprakarsai komunikasi, kepada khalayak dengan menggunakan media tertentu untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Dimensi-dimensi inilah pada dasarnya yang memungkinkan terjadinya suatu keluaran (*output*) komunikasi politik pada akhirnya akan ditentukan oleh dimensi-dimensi tersebut secara keseluruhan.

Ada beberapa komponen penting yang terlibat dalam proses komunikasi politik.

- 1). Komunikator dalam komunikasi politik, yaitu pihak yang memprakarsai dan mengarahkan suatu tindakan komunikasi. Seperti dalam peristiwa komunikasi pada umumnya, komunikator dalam komunikasi politik dapat dibedakan dalam wujud individu, lembaga, ataupun berupa kumpulan orang. Jika seorang tokoh, pejabat ataupun rakyat biasa, misalnya, bertindak sebagai sumber dalam suatu kegiatan

komunikasi politik, maka dalam beberapa hal ia dapat dilihat sebagai sumber individual (*individual source*). Komunikator politik ini memainkan peran sosial yang utama, terutama dalam proses opini publik.

2). Khalayak komunikator politik, yaitu peran penerima yang sebetulnya hanya bersifat sementara. Sebab, seperti konsep umum yang berlaku dalam komunikasi, ketika penerima itu memberikan feedback dalam sesuatu proses komunikasi politik, atau pada saat ia meneruskan pesan-pesan kepada khalayak lain dalam kesempatan komunikasi yang berbeda, maka pada saat itu peran penerima telah berubah menjadi sumber atau komunikator. Khalayak komunikasi politik dapat memberikan respon atau umpan balik, baik dalam bentuk pikiran, sikap maupun perilaku politik yang diperankannya.

Karakteristik khalayak komunikasi politik menurut Nimmo membagi khalayak kedalam tiga tipe publik opini yang tak terorganisasi : Publik Atentif, seluruh warga negara yang dibedakan atas dasar tingkatannya dalam keterlibatan politik, informasi, perhatian, dan berpikiran kewarganeraan. Publik berpikiran isu merupakan bagian dari publik atentif yang lebih tertarik pada isu daripada politik pada umumnya. Sedangkan Publik ideologis adalah kelompok orang yang memiliki sistem kepercayaan yang relatif tertutup.

3). Saluran-saluran Komunikasi politik, yakni setiap pihak atau unsur yang memungkinkan sampainya pesan-pesan politik. Misalnya, media cetak, media elektronik, media format kecil, media luar ruang dan segala sesuatu yang biasa digunakan untuk membangun citra (*image building*).

Sasaran atau target politik merupakan anggota masyarakat yang diharapkan dapat memberi dukungan alam bentuk pemberian suara kepada partai atau kandidat dalam pemilihan umum.

Pengaruh atau efek komunikasi politik, secara umum komunikasi politik dipandang sebagai proses. Komunikasi politik merupakan kegiatan yang terus-menerus berlangsung. Artinya, apa yang terjadi sekarang sebenarnya merupakan kelanjutan dari apa yang terjadi diwaktu yang akan datang.

3. Bentuk Komunikasi Politik

Terdapat beberapa bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh komunikator politik untuk mencapai tujuan politiknya, yaitu :

1). Retorika dan Agitasi Politik

Retorika atau dalam bahasa Inggris *Rhetoric* berasal dari bahasa Latin *Rhetorica* yang berarti ilmu bicara. Retorika menitikberatkan pada seni dengan menggunakan bahasa secara efektif. Aristoteles menegaskan bahwa retorika dipergunakan untuk membenarkan (*corrective*), memerintah (*instructive*), mendorong (*suggestive*) dan mempertahankan (*defensive*) sesuatu yang didasarkan pada kebaikan masyarakat secara luas. Retorika juga dimaksudkan sebagai upaya komunikasi dalam membangun citra, melalui retorika bertujuan menyatukan perasaan, harapan, sikap, dan akhirnya diharapkan untuk dapat bekerja sama sesuai dengan tujuan komunikator dan hal tersebut dilakukan dengan cara berpidato (*negosiasi*).

Aristoteles dalam buku Retorika Modern karya Jalaluddin Rakhmat menyebut tiga cara untuk dapat melakukan retorika yang persuasif dan mencapai tujuan retorika untuk mempengaruhi manusia. *Pertama*, anda harus sanggup menunjukkan kepada khalayak bahwa anda memiliki pengetahuan yang luas, kepribadian yang terpercaya, dan status yang terhormat (*ethos*). *Kedua*, anda harus menyentuh hati khalayak, perasaan, emosi, harapan, kebencian dan kasih sayang mereka (*pathos*). *Kelak*, para ahli menyebutnya imbauan emosional (*emotional appeals*). *Ketiga*, anda meyakinkan

khalayak dengan mengajukan bukti atau yang kelihatan sebagai bukti. Disini anda mendekati khalayak dengan otaknya

2). Propaganda dan Perang Urat Syaraf (*Psychological War*)

Propaganda adalah suatu kegiatan komunikasi yang erat kaitannya dengan persuasi. Sekarang propaganda bertebaran dimana-mana sehingga orang dengan mudah terkecoh, mulai dari model propaganda komersial sampai pada propaganda politik. Propaganda diartikan sebagai proses diseminasi informasi untuk mempengaruhi sikap dan tingkah laku seseorang atau kelompok masyarakat dengan motif indoktrinasi ideologi.

3) Spin Doctor Politik

Spin doctor adalah individu yang memiliki kemampuan menguasai publik, menggerakkan massa, dan menguasai media sekaligus sebagai konseptor politik yang bertujuan memengaruhi. Ia berada pada posisi tengah antara politisi yang akan di promosikan (dipasarkan) dengan para wartawan yang akan mempromosikannya. Oleh karena itu, banyak pihak yang menilai profesi spin doctor yang digunakan oleh para politisi adalah suatu keahlian dibidang komunikasi yang menggabungkan prinsip-prinsip public relation, periklanan, dan pemasaran. *Spin Doctor* atau *Public Relation* politik sangat urgen dalam dunia perpolitikan.

Komunikasi politik digunakan hampir dalam setiap komunikasi di masyarakat, baik interaksi lisan maupun tulis. Pada interaksi tulis, media yang paling sering digunakan untuk berkomunikasi adalah media sosial. Pada media sosial, pengguna dapat bertukar informasi, saling berkolaborasi, dan menjalin hubungan pertemanan dalam wujud tulisan, foto, atau video (Puntoadi, 2011).

4. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial merupakan media yang digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, aktifitas, atau bahkan pendapat pengguna juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang siber. (Rully Nasrullah. 2014:36).

Sedangkan menurut Dailey Sosial media adalah konten yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan mudah di akses dan terukur. Hal yang paling utama dari teknologi ini adalah terjadinya pergeseran cara mengetahui orang, memperoleh bacaan dan berita, serta mencari konten dan informasi.

Diantara media sosial yang paling ramai digunakan seperti :

Facebook, Twitter, Path, Youtube, Instagram, Kaskus, LINE, My Space, Whatsapp, dan Blackberry Messenger. Terdapat pula media sosial dalam bentuk blog dan media online, baik yang sifatnya adalah milik pribadi maupun yang dikelola sebuah perusahaan pers. Media sosial dapat dikategorikan sebagai media massa, karena sifatnya yang terbuka untuk semua khalayak yang berhasil mengaksesnya tanpa batasan, termasuk batas geografis bahkan batasan ideologis. Media sosial memiliki kemampuan memasuki ranah pribadi khalayak. Penggunaan media sosial juga tidak mengenal ruang. Kapan dan dimana saja, seorang dapat memperoleh informasi tentang berbagai hal dan dari berbagai pihak.

Salah satu media sosial yang banyak digunakan adalah media sosial instagram. Media sosial instagram digunakan tidak hanya dimanfaatkan oleh anak muda saja, tetapi juga kepala daerah. Salah satu kepala daerah yang aktif di instagram adalah Ganjar Pranowo. Beliau menggunakan media sosial intagram tidak hanya untuk komunikasi dengan masyarakat, tetapi juga sebagai reformasi birokrasi dan kontrol

manajemen. Ganjar Pranowo juga seorang multibahasawan, yaitu orang yang menguasai lebih dari dua kode bahasa.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi politik di media sosial memiliki beberapa manfaat, di antaranya:

1. Memperluas akses informasi politik: Media sosial memungkinkan warga negara untuk mengakses informasi politik dengan lebih mudah dan cepat. Hal ini membuat mereka lebih terinformasi dan dapat membuat keputusan yang lebih baik saat memilih calon atau partai politik.
2. Meningkatkan partisipasi politik: Dengan memanfaatkan media sosial, warga negara dapat berpartisipasi aktif dalam diskusi politik dan memberikan dukungan atau kritik terhadap kebijakan yang diusulkan oleh pemerintah. Hal ini dapat meningkatkan partisipasi politik dan memperkuat demokrasi.
3. Membuka ruang dialog antara pemerintah dan masyarakat: Dalam era digital, pemerintah dapat memanfaatkan media sosial untuk membuka ruang dialog antara pemerintah dan masyarakat. Dengan demikian, pemerintah dapat memperoleh masukan dari masyarakat mengenai kebijakan yang diusulkan, sehingga kebijakan tersebut lebih akomodatif terhadap kebutuhan dan aspirasi masyarakat.
4. Memperkuat akuntabilitas pemerintah: Media sosial dapat menjadi alat untuk memperkuat akuntabilitas pemerintah. Dengan memanfaatkan media sosial, masyarakat dapat memonitor kebijakan dan tindakan pemerintah. Jika pemerintah melakukan tindakan yang tidak sesuai dengan kepentingan masyarakat, masyarakat dapat memberikan kritik dan tekanan melalui media sosial.

5. Mendorong perubahan sosial: Media sosial juga dapat digunakan untuk memperjuangkan isu-isu sosial dan politik yang dianggap penting oleh masyarakat. Dengan memanfaatkan media sosial, masyarakat dapat membentuk opini publik yang kuat dan memperjuangkan perubahan sosial yang diinginkan.

Namun, perlu diingat bahwa media sosial juga dapat menjadi tempat untuk menyebarkan hoaks, berita palsu, dan propaganda politik yang dapat merusak demokrasi. Oleh karena itu, perlu ada kesadaran dan pengawasan yang lebih baik terhadap penggunaan media sosial dalam komunikasi politik.

Meskipun memiliki manfaat, komunikasi politik di media sosial juga memiliki beberapa kelemahan, di antaranya:

1. Terjadinya polarisasi: Media sosial dapat memperkuat polarisasi dan perpecahan dalam masyarakat. Hal ini terjadi ketika orang cenderung bergabung dengan kelompok yang memiliki pandangan politik yang sama dan menolak pandangan politik yang berbeda. Akibatnya, orang cenderung mengabaikan atau bahkan menolak pandangan politik yang berbeda, sehingga sulit untuk mencapai kesepakatan dan konsensus dalam politik.
2. Kekhawatiran privasi: Pengguna media sosial seringkali khawatir tentang keamanan data pribadi mereka. Pada beberapa kasus, data pribadi pengguna media sosial dapat disalahgunakan untuk tujuan politik tertentu seperti manipulasi opini publik atau propaganda politik.
3. Informasi yang salah dan hoaks: Media sosial sangat rentan terhadap penyebaran informasi yang salah dan hoaks. Hal ini dapat memengaruhi pandangan politik dan keputusan pemilihan pada warga negara. Banyak hoaks dan berita palsu yang menyebar luas di media sosial dan menyebabkan banyak kebingungan dan kerusakan.

4. Pengaruh algoritma: Algoritma yang digunakan oleh platform media sosial dapat memperkuat polarisasi dan filter bubble di antara pengguna. Hal ini terjadi ketika algoritma menampilkan konten yang serupa dengan pandangan politik pengguna sebelumnya, sehingga sulit bagi pengguna untuk melihat perspektif yang berbeda dan membuat keputusan yang lebih rasional dan terinformasi.
5. Keterbatasan kualitas diskusi: Komunikasi politik di media sosial sering kali terjadi dalam bentuk diskusi singkat dan dangkal, sehingga sulit untuk mencapai pemahaman yang mendalam tentang isu-isu politik yang kompleks. Selain itu, diskusi di media sosial seringkali terjadi dalam suasana yang kurang kondusif dan sarat dengan emosi yang dapat memperburuk konflik politik.

Penting untuk diingat bahwa media sosial bukanlah satu-satunya sumber informasi politik, sehingga warga negara harus melakukan pengecekan dan verifikasi informasi yang diterima sebelum membuat keputusan politik. Selain itu, regulasi dan pengawasan yang lebih baik diperlukan untuk meminimalkan risiko-risiko yang terkait dengan penggunaan media sosial dalam komunikasi politik.

H. Ganjar Pranowo adalah gubernur ulung yang mendapat gelar doktor kehormatan dari universitas bergengsi. Ia menjabat sebagai Gubernur Jawa Tengah selama dua periode. Ia menjabat sejak 23 Agustus 2013. Sebelumnya, ia pernah menjadi anggota DPRI dari Fraksi PDI-P periode 2004-2009 dan 2009-2013. Ganjar Pranowo adalah politisi yang sangat inspiratif yang memiliki prinsip kuat yang tidak ingin tumbang. Ganjar Pranowo lahir pada tanggal 28 Oktober 1968 yang juga merupakan hari Sumpah Pemuda. Dia menjaga hubungan baik dengan semua orang yang dia temui dan dikenal karena kebaikannya. Prinsip inilah yang membuatnya menjadi Gubernur Jawa Tengah.

Ganjar Pranowo memulai karir politiknya dengan memulai praktik hukumnya sendiri, dan kemudian menjadi konsultan sumber daya manusia di PT Prastawana Karya Samintra. Kemudian, sekitar September 2012, ia merasa yakin bisa menekuni bidang lain, baik di bidang hukum maupun bisnis, seperti di PT Prastawana Karya Samitra dan PT Semeru Realindo Inti.

Pertama kali Ia terjun ke dunia politik ketika menggantikan rekannya dari PDI P, yaitu Jacob Tobing, yang saat itu menjabat sebagai Duta Besar Indonesia di Korea Selatan. Pada tahun 2009, ia terpilih kembali sebagai anggota Dewan Perwakilan Rakyat Indonesia (DPRI) untuk masa jabatan tiga tahun sampai 2014, sebagai Wakil Ketua Komisi II Dalam Negeri, meskipun tugasnya sebagai anggota DPR tidak sampai selesai dikarenakan Ia mengajukan dirinya sebagai Gubernur Jawa Tengah pada tahun 2013. Dan 2013 dia akhirnya berhasil terpilih menjadi gubernur Jawa Tengah dengan satu suara mencapai 48,82%, dan dia kemudian resmi dilantik sebagai gubernur 23 Agustus 2013 oleh Bapak Gamawan Fauzi, Menteri Dalam Negeri, di gedung DPRD Jawa Tengah.

Kemudian Pertama kali yang dilakukan Ganjar saat menjabat sebagai Gubernur, ia melakukan reformasi birokrasi Program yang dinilai berhasil antara lain lelang jabatan dari eselon I sampai IV, pelaporan LHKPN hingga pejabat eselon IV, dan melaporkan gratifikasi untuk semua pejabat, meningkatkan tunjangan dan layanan karyawan. Ini membuat pelayanan publik lebih mudah diakses, terjangkau, dan cepat bagi semua orang. Atas kinerja tersebut, Pemprov Jateng menduduki peringkat terbaik oleh Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi.

Pada 2018-2023, ia kembali menjabat sebagai Gubernur, dan kali ini persentase suaranya secara keseluruhan adalah 58,78%. Dia menerima 10.362.694 suara dalam periode waktu ini. Dalam pemilu tersebut, Ganjar kehilangan empat kabupaten yang pernah menjadi kubu PDI-P - Brebes, Tegal, Purbalingga, dan Kebumen. Dikatakan,

alasan Ganjar tidak meraih kemenangan telak di Jawa Tengah, khususnya di empat kabupaten tersebut, karena masih terlibat kasus korupsi e-KTP dan mantan Bupati Purbalingga kasus korupsi

Pembentukan Citra Diri Ganjar Pranowo Di Instagram

Kita semua pasti menggunakan platform media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram di internet. Media sosial bukan lagi sekadar cara untuk bertemu teman lama atau mencari teman baru. Saat ini, media sosial digunakan untuk berbagi informasi, terhubung dengan orang lain, dan mempelajari hal-hal baru.

Menurut Andrik Purwasito (2018), inti dari politik adalah “sistem kompetisi”, sehingga studi komunikasi politik juga harus berkembang karena dalam menggunakan komunikasi sebagai alat politik selalu disesuaikan dengan perkembangan zaman atau apa yang terjadi pada zaman itu agar komunikasi sebagai alat politik dapat sesuai dengan sistem kompetisi pada suatu zaman dan dapat memberi pengaruh.

Kini, komunikasi politik telah beralih ke media sosial. Karena media sosial memungkinkan mereka yang menggunakannya untuk berinteraksi secara virtual dengan orang lain tanpa memandang jarak, ruang, dan waktu. Dengan kebebasan tersebut, seseorang dapat menembus batas-batas yang ada di dunia nyata. Hal ini memungkinkan hal yang tidak mungkin terjadi. Citra seorang politisi harus efektif dan tersalurkan agar efektif. Media sosial merupakan media yang populer digunakan dan diikuti oleh banyak orang, serta berpotensi mengubah opini publik dengan berbagai cara. Ganjar Pranowo adalah tokoh politik yang sangat aktif di media sosial dan sering menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan rakyatnya. Ganjar Pranowo terkenal di media sosial karena prestasinya dalam memajukan Jawa Tengah, dan ia juga senang terlibat dalam masyarakat baik secara virtual maupun nyata. Peneliti mengkaji komunikasi politik yang muncul dalam bentuk teks visual

maupun audio visual dan teks tertulis dalam konten yang diunggah dalam akun Instagram Ganjar Pranowo. Ganjar Pranowo selaku Gubernur Jawa Tengah yang aktif di Media Sosial melakukan beberapa Komunikasi Politik di Instagram. Komunikasi politik terbagi menjadi dua bagian, berdasarkan hubungan antara partisipan dengan situasi sekitar. Ganjar Pranowo melakukan komunikasi politik di media sosial Instagram berdasarkan hubungan antara partisipan dengan keadaan sekitar, dan memiliki ciri khas tersendiri dalam pemilihan kode suara yang digunakan.

Secara garis besar, model komunikasi politik Ganjar Pranowo berdasarkan hubungan partisipatif dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu model komunikasi vertikal dan model komunikasi horizontal. Komunikasi vertikal yang ada dalam pidato Ganjar Pranowo adalah menjalin komunikasi antara gubernur dan internet secara luas, gubernur dan lembaga daerah, gubernur dan masyarakat setempat, gubernur dan organisasi resmi, gubernur dan penganut agama tertentu, gubernur dan individu, dan gubernur dan individu. Sebagai penguasa dan penganut agama tertentu. Berlawanan dengan pola vertikal, Ganjar Pranowo tidak menemukan pola horizontal dalam pidato pertukaran politik di media sosial Instagram.

Komunikasi politik juga dapat digunakan sebagai Salah satu strategi *political branding* yang terbilang efisien dan efektif untuk saat ini di Indonesia adalah melalui pemanfaatan jejaring sosial. Para politisi maupun kandidat tinggal memilih platform mana yang dapat memberi efek jangka pendek dan jangka panjang agar mendapatkan jumlah dukungan yang semakin besar dari masyarakat. Ganjar Pranowo merupakan Gubernur Jawa Tengah yang aktif menggunakan media sosial. Pada setiap postingan yang di upload, ia memberikan informasi ter *update*, dalam menangani suatu masalah yang terjadi, menghimbau dan menginformasikan kepada masyarakat terkait kegiatan apa yang sedang di lakukan pemerintah, ataupun cuma sekedar menyapa masyarakatnya di Jawa Tengah.

Ganjar Pranowo memiliki slogan *"Tuanku ya Rakyat, Gubernur Cuma mandate"* yang mana slogan tersebut tercantum di dalam bio instagramnya. Slogan tersebut menjadi strategi awal Ganjar Pranowo untuk membranding diri melalui media sosial Instagram. Dengan jelas, kita ketahui slogan tersebut ganjar pranowo berusaha menggambarkan dirinya menjadi sebagai sosok pemimpin yang menghormati rakyatnya selayaknya seorang yang menghormati tuannya. Ganjar Pranowo secara tersurat maupun tersirat akan melayani rakyatnya dengan sepenuh hati dan memastikan kemukamuran setiap masyarakatnya terpenuhi. Ganjar beranggapan bahwa sebuah jabatan sebagai Gubernur hanyalah sebagai mandate saja dan dengan jabatan tersebut ia diwajibkan untuk melayani rakyat yang dianggap sebagai tuannya. Dengan Slogan tersebut yang membedakan ia dengan politisi-politisi yang lainnya

KESIMPULAN

Kesimpulan dari komunikasi politik yang baik adalah komunikasi yang mampu memperkuat demokrasi dan memperjuangkan kepentingan publik. Komunikasi politik yang baik seharusnya mencakup hal-hal berikut: Pertama, Transparansi: Komunikasi politik yang baik haruslah transparan dan jujur, sehingga masyarakat dapat memperoleh informasi yang akurat dan terpercaya mengenai kebijakan dan tindakan pemerintah. Kedua, Inklusif: Komunikasi politik yang baik haruslah inklusif dan mengakomodasi berbagai pandangan politik dari masyarakat. Hal ini akan memperkuat partisipasi politik dan mendorong terbentuknya keputusan politik yang lebih demokratis. Ketiga, Responsif: Komunikasi politik yang baik haruslah responsif terhadap aspirasi dan kebutuhan masyarakat. Pemerintah harus mendengarkan dan merespon keinginan dan kritik dari masyarakat, sehingga kebijakan yang dihasilkan lebih akomodatif terhadap kepentingan publik. Keempat, Terbuka: Komunikasi politik yang baik haruslah terbuka terhadap berbagai bentuk diskusi dan debat politik. Hal ini

akan memperkuat kebebasan berbicara dan demokrasi. Kelima, Membangun opini publik yang positif: Komunikasi politik yang baik juga haruslah dapat membantu membangun opini publik yang positif terhadap pemerintah atau partai politik. Dalam hal ini, media sosial dan teknologi digital dapat dimanfaatkan untuk memperkuat citra positif pemerintah atau partai politik di mata masyarakat.

Dengan menjaga prinsip-prinsip tersebut dalam komunikasi politik, maka diharapkan bahwa keputusan politik yang dihasilkan akan lebih demokratis, inklusif, dan mengakomodasi kepentingan publik secara lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Politik Indonesia: Dinamika Islam Politik Pasca Orde Baru* (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2008), h.31

Anshari, F. (2016). *Komunikasi Politik di Era Media Sosial* Faridhian Anshari Staff Pengajar STT PLN Jakarta. *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 91-101.

Eliya, Ixsir. Zulaeha, Ida. 2017. Pola komunikasi politik ganjar pranowo dalam perspektif sosiolinguistik di media sosial Instagram. *Seloka jurnal Pendidikan Bahasa dan sastra Indonesia*. Hal.286-296.

Gun Gun Heryanto dan Sulhan Rumaru, *Komunikasi Politik: Sebuah Pengantar* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2013) hal. 2

Hafied Cangara, *Komunikasi Politik Konsep, Teori, dan Strategi* edisi revisi 2014 (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2014), h. 270.

Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011), h. 7

Onong Uchyana Effendi, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya 2003) h. 28.

Purbohastuti, A. . (2017). *Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi Arum*. Tirtayasa Ekonomika, 12(2), 212–231.

Putra, Dharma. Sufa, Armawati. Ratnasari, Eny. 2022. Political Branding Ganjar Pranowo Melalui Media Sosial Instagram @ganjar_pranowo. Restorica: jurnal ilmiah ilmu administrasi negara dan ilmu komunikasi, vol 8 no hal 1-16.

Ross Tapsell. (2017). *Kuasa Media Di Indonesia*. jakarta: Marjin Kiri.

Rulli Nasrullah, “*Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*”, (Jakarta: Kencana.2014)h.36.

Susanto, Harry. 2013. Dinamika komunikasi politik dalam pemilihan umum. Jurnal kajian komunikasi, volume 1. Nomor 2 hal.163-172.