

KOMUNIKASI POLITIK GANJAR PRANOWO DI MEDIA DIGITAL UNTUK PENGUATAN ELEKTABILITASNYA SEBAGAI CALON PRESIDEN PEMILU 2024 (STUDI PADA INSTAGRAM GANJAR PRANOWO SEBAGAI AKUN PRIBADI RESMI)

RUTH ELFRITA BARZAH

ABSTRAK

Maraknyauforia masyarakat Indonesia menjelang Pemilu 2024, mendorong berbagai lembaga survei melakukan survei elektabilitas terhadap beberapa tokoh politik yang dinilai akan maju pada Pemilu 2024 sebagai Calon Presiden. Dari banyaknya lembaga survei, hampir semua menyatakan bahwa Ganjar Pranowo memiliki tingkat elektabilitas yang cukup tinggi dan namanya selalu ada di setiap hasil lembaga survei. Tentunya hal ini bukan isu biasa, popularitas dan elektabilitas Ganjar Pranowo dipengaruhi oleh caranya bertegur sapa dengan masyarakat melalui berbagai platform media sosial yang ada. Masyarakat juga merespon sentuhan dari Gubernur Jawa Tengah ini, dapat dibuktikan dari jumlah followers dan subscriber Ganjar Pranowo di media sosial yang totalnya berjumlah 13,97 juta pengikut media sosial Ganjar Pranowo. Media sosial Ganjar Pranowo juga cukup beragam, ada Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok dan Youtube. Dari kelima media sosial inilah Ganjar Pranowo melakukan branding dan pendekatan kepada masyarakat.

Penelitian ini membahas terkait komunikasi politik Ganjar Pranowo untuk mempertahankan elektabilitasnya dalam Pemilu 2024 dengan pendekatan media digital. Peneliti memfokuskan pada salah satu media sosial Ganjar Pranowo saja yaitu Instagram dengan *username* @ganjar_pranowo yang memiliki jumlah pengikut atau *followers* sebanyak 6,6 juta akun dan jumlah mengikutinya atau *following* sebanyak 4 akun saja. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskripsi kualitatif dengan metode penelitian netnografi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi politik Ganjar Pranowo dilakukan dengan metode persuasif dan kontinu. Cara ini berhasil membuat nama Ganjar Pranowo tetap berada pada nama politisi peraih tingkat elektabilitas tertinggi sampai tahun 2022.

Kata Kunci: Komunikasi Politik, Elektabilitas, Media Sosial, Instagram

GANJAR PRANOWO'S POLITICAL COMMUNICATION ON DIGITAL MEDIA TO STRENGTHEN HIS ELECTABILITY AS A PRESIDENTIAL CANDIDATE FOR THE 2024 ELECTION (A STUDY ON GANJAR PRANOWO'S INSTAGRAM AS AN OFFICIAL PERSONAL ACCOUNT)

RUTH ELFRITA BARZAH

ABSTRACT

The Surge of Public Euphoria in Indonesia Ahead of the 2024 Election has Prompted Various Survey Agencies to Conduct Electability Surveys on Several Political Figures Expected to Run for President in the 2024 Election. Among these survey agencies, almost all have stated that Ganjar Pranowo has a relatively high level of electability, with his name consistently appearing in survey results. This is not an ordinary issue; Ganjar Pranowo's popularity and electability are influenced by his interactions with the public through various social media platforms. The public's response to the Governor of Central Java can be seen in the number of followers and subscribers Ganjar Pranowo has on social media, totaling 13.97 million followers. Ganjar Pranowo's social media presence is quite diverse, including Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, and YouTube. Through these five social media platforms, Ganjar Pranowo conducts branding and engagement with the public.

This research discusses Ganjar Pranowo's political communication strategies to maintain his electability in the 2024 Election through a digital media approach. The study focuses on one of Ganjar Pranowo's social media accounts, Instagram, with the username @ganjar_pranowo, which has 6.6 million followers and follows only 4 accounts. This research uses a descriptive qualitative research method with a netnography approach. The results indicate that Ganjar Pranowo's political communication is carried out through persuasive and continuous methods. This approach has successfully kept Ganjar Pranowo's name among the highest electability rankings for politicians up to 2022.

Keywords: Political Communication, Electability, Social Media, Instagram