

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring berkembangnya teknologi, kini internet banyak digunakan oleh masyarakat sebagai kebutuhan sehari-hari untuk melakukan kegiatan. Internet memiliki sebuah media dimana media tersebut dapat digunakan untuk melakukan interaksi dengan cara virtual atau tatap muka namun tidak secara langsung. Media yang digunakan dalam melakukan interaksi ini dinamakan media sosial.

Media sosial merupakan sebuah media yang banyak digunakan oleh masyarakat dalam melakukan kegiatan komunikasi. Komunikasi yang dilakukan bisa terjalin dua arah. Selain melakukan interaksi komunikasi, media sosial juga dapat memberikan sebuah informasi secara cepat kepada masyarakat luas. Media sosial adalah media yang memiliki pengaruh yang kuat sehingga banyak sekali penggunaannya yang menggunakan media sosial untuk mendapatkan informasi sebagai kebutuhan sehari-hari.

Dalam penyampaian informasi media sosial juga merupakan media yang digunakan untuk bersoalisasi sehingga mempunyai kekuatan lebih cepat dalam ketergantungan masyarakat terhadap yang di informasikan menggunakan media sosial. Media sosial menjadi wadah yang digunakan oleh aktor politik dalam menyampaikan komunikasinya kepada masyarakat dengan membagikan informasi di media sosial yang dapat menarik perhatian masyarakat. Komunikasi yang dilakukan ini merupakan istilah dari komunikasi politik.

Strategi kampanye biasanya dilakukan melalui pengumpulan massa atau mendatangi langsung, namun dapat pula melalui media seperti baleho, bendera, media massa cetak maupun elektronik bahkan media internet (Anshori, 2018). Burke (2000:380) dalam Susanto (2017) menjelaskan bahwa jaringan komunikasi politik yang terbentuk dengan menggunakan media sosial adalah alasan yang praktis untuk dapat menumbuhkan partisipasi yang mendorong kontribusi, umpan balik, adanya keterbukaan tanpa jarak antar sumber berita, serta khalayak yang mampi menguatkan diskusi.

Media sosial merupakan cara termudah dalam membangun reputasi dan membentuk citra seseorang. Seperti yang dijelaskan oleh Dalla-Camina (2016) dalam Huffington Post, siapapun dapat membuat akun kemudian mempromosikan aktivitasnya agar mendapatkan lebih banyak pengikut dan membentuk cara agar dapat dilihat secara online dengan menggunakan sedikit usaha (Petruca, 2016). Oleh karena itu, media sosial dapat digunakan seseorang untuk membangun personal branding nya termasuk politisi untuk membangun persepsi masyarakat dan mempermudah dalam melakukan komunikasi politik.

Menurut Ronald Susanto, personal branding merupakan proses pembentukan persepsi masyarakat kepada aspek seseorang. Personal branding juga memperkenalkan politisi kepada masyarakat mengenai identitas diri dan kemampuan politisi yang tidak dimiliki oleh politisi pesaing lainnya. Dengan begitu, personal branding politisi dapat tercipta sesuai dengan persepsi masyarakat, persepsi ini bisa positif atau negatif tergantung dari apa dan bagaimana politisi menyampaikan personal branding nya kepada masyarakat.

Salah satu media sosial yang digunakan dalam membangun personal branding politisi adalah instagram. Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan dikalangan masyarakat karena lebih efektif dan mudah dalam menggunakan aplikasi tersebut. Instagram saat ini memiliki pengguna sebanyak 106,72 juta pada Februari 2023 yang dilansir oleh data Indonesia.id berdasarkan data dari Napoleon Cat. Hal ini menjadikan instagram sebagai media yang sangat efektif dalam membangun personal branding politisi, karena pesan informasi dan komunikasi yang dilakukan akan lebih mudah dan cepat tersebar kepada masyarakat.

Ganjar Pranowo merupakan aktor politik yang juga aktif menggunakan media instagram. Ganjar Pranowo telah memiliki 5,6 juta pengikut di instagram (@ganjar_pranowo). Ganjar menggunakan instagram sebagai alat komunikasi dengan masyarakat dan juga untuk memperkenalkan ciri khasnya dalam beraktivitas media sosial yang menjadikannya berbeda dengan politisi lainnya di media sosial.

Ganjar sering kali membagikan unggahan dirinya yang sedang beraktivitas, tak hanya itu Ganjar juga sering melihat keluhan masyarakat yang didapatinya di media sosial. Edukasi yang sering dilakukan oleh Ganjar melalui media instagram itu juga dapat dipahami dengan mudah oleh masyarakat. Media sosial instagram dimanfaatkan oleh Ganjar untuk memudahkan dalam melakukan komunikasi dua arah dengan masyarakat. Dengan ciri khas yang dimiliki dan image tentang dirinya, memudahkan Ganjar dalam melakukan komunikasi politik.

Praktik yang dilakukan oleh Ganjar Pranowo untuk melakukan Personal Branding masuk pada konsep branding politik. Demikian, Ganjar Pranowo sudah melakukan branding politik pada kancah politik. Menggunakan merek politik yang berasal dari taktik hubungan masyarakat, kepercayaan publik mampu di pupuk balik. Branding politik akan mengangkat nilai politik melalui kegiatan yang menitik beratkan di popularitas serta sebaliknya. Perkembangan politik pada indonesia bikin bergerak maju. Kampanye politik yang beragam telah menjadi santapan sehari - hari masyarakat baik pada dunia konkret juga dunia maya. Pencitraan pun sebagai istilah yang tidak dapat dipisahkan berasal kampanye politik. Sayangnya, kata pencitraan di konotasikan menjadi sesuatu hal yang negatif. Padahal gambaran politik bisa di artikan menjadi ilustrasi diri yang ingin diciptakan oleh seseorang tokoh masyarakat. Pada hakikatnya, pencitraan politik mempunyai tujuan buat memperoleh suara sehabis proses kampanye. Politik wajib bisa membentuk penentuan posisi politik yang bertenaga supaya mampu memperoleh kepercayaan serta loyalitas berasal pemilih. Oleh sebab itu, pencitraan tidak hanya bisa bertahan sampai memperoleh suara terpilih saja. Politik wajib menjaga supaya loyalitas pemilih bertahan rentang pada ketika waktu yang lama.

Ganjar Pranowo melakukan personal branding nya dengan baik sehingga banyak masyarakat yang tertarik dan menyukai cara kepemimpinannya. Namun, Ganjar baru-baru ini sempat terkena masalah sehingga memicu masyarakat untuk menyerang Instagram Ganjar Pranowo. Hal ini disebabkan karena Ganjar menolak Israel bermain di FIFA U-20 yang akan digelar di Indonesia. Dilansir dari

detiknews, Ganjar mengatakan “Kita sudah tau bagaimana komitmen Bung Karno terhadap Palestina, baik yang disuarakan dalam Konferensi Asia-Afrika, Gerakan Non-Blok, dan maupun dalam Cokference of the New Emerging Force. Jadi y akita ikut amanat beliau. Sehingga penyelenggaraan Piala Dunia U-20 bisa dilakukan tanpa pengorbanan komitmen Panjang kita untuk mewujudkan Palestina merdeka serta menjaga kedamaian social-politik didalam negeri Indonesia” ujanya.

<https://news.detik.com/berita/d-6646602/>

Hal ini menimbulkan kekecewaan masyarakat, karena dari penolakan Ganjar ini menjadi salah satu yang menyebabkan Indonesia gagal menjadi tuan rumah. Masyarakat mengecam Ganjar dan menyerang melalui media sosial. Karena kejadian ini, kepercayaan masyarakat mengenai kepemimpinan Ganjar menjadi goyah, bahkan banyak sekali akun-akun yang ingin menjatuhkan Ganjar untuk maju sebagai calon Presiden priode selanjutnya.



Gambar 1.1 Komentar Negatif di Instagram @ganjar_pranowo

Sumber : Akun Instagram @ganjar_pranowo

Namun walaupun begitu, banyak yang masih mendukung Ganjar untuk tetap maju sebagai calon presiden untuk kampanye priode selanjutnya. Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) yang merupakan partai yang diduduki

oleh Ganjar Pranowo, resmi menunjuk Ganjar Pranowo sebagai calon presiden pada pemilu 2024. Hal ini di informasikan langsung oleh ketua umum PDIP Megawati Soekarnoputri pada Jumat, 21 April 2023 di Istana Batu Tulis, Bogor, Jawa Barat. Megawati memiliki kriteria dalam menentukan capres untuk partainya, beliau mencari sosok yang kokoh secara ideologi, visioner, hingga mampu mendengar suara rakyat. Ini menjadi alasan mengapa Ganjar Pranowo maju sebagai calon presiden pada pemilu 2024.



Gambar 1.2 Postingan Ganjar mencalonkan diri sebagai calon Presiden

Sumber : Official Account Instagram @ganjar_pranowo

Setelah diumumkan bahwa Ganjar resmi di tunjuk sebagai salah satu calon Presiden RI 2024-2029, Ganjar memiliki banyak dukungan dari berbagai tim sukses, salah satu nya yaitu Ir. H. Armuji, M.H yaitu wakil walikota Surabaya yang ikut mendukung Ganjar dalam pencalonan nya. Ir. H. Armuji juga membagikan postingan di Instagram nya sebagai wujud dalam mendukung Ganjar sebagai presiden selanjutnya.



Gambar 1.3 Dukungan salah satu tim sukses Ganjar Pranowo

Sumber : Akun Instagram Ir. H. Armuji, M.H @cakj1

Ganjar Pranowo memiliki kesan yang positif sebelumnya, ia mampu menjalin komunikasi yang baik kepada masyarakatnya. Bahkan di Instagram,

Ganjar Pranowo sering membagikan aktifitas sosialnya kepada masyarakat dan mensupport masyarakat. Dari postingan yang dibagikan oleh Ganjar melalui Instagram nya ini mampu menggiring opini publik kembali menjadi positif. Dari dulu Ganjar memang terkenal sebagai politisi yang sangat peduli dengan masyarakat dan banyak yang mendukungnya. Kegiatan yang sering dilakukan Ganjar sering kali dibagikan melalui instagram miliknya.



Gambar 1.3 Instagram Ganjar Pranowo @ganjar_pranowo

Sumber : Akun Instagram @ganjar_pranowo

Dari banyak nya aktor politik yang ada di partai PDIP, Ganjar merupakan salah satu tokoh yang lebih mampu untuk maju sebagai capres di pemilu 2024. Bahkan saat citra yang di bangun Ganjar turun saat ada masalah, Ganjar mampu membangun kembali kepercayaan publik tentang dirinya dan mengangkat *Personal Branding* nya ditengah masyarakat melau media sosialnya. Kini Ganjar sudah memiliki citra positif kembali ditengah masyarakat berkat dari apa yang ia bagikan di media sosialnya.

Dari penjelasan dari latar belakang diatas yang telah penulis uraikan, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul “*Personal Branding* Ganjar Pranowo Melalui Media Instagram Sebagai Capres RI Pada Pemilu Tahun 2024-2029” sebagai bahan penelitian skripsi.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Dari latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dari penelitian ini yaitu “Bagaimana Ganjar Pranowo membangun *Personal Branding* untuk sebagai capres RI pemilu 2024-2029”?.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ingin diteliti, maka penulis memiliki tujuan dalam penelitian yaitu “Untuk mengetahui Ganjar Pranowo membangun *Personal Branding* sebagai capres RI pemilu 2024-2029”.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pembaca terkhusus mahasiswa/i Universitas Satya Negara Indonesia Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Jurusan Ilmu Komunikasi. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk mengembangkan ilmu terlebih pada konsentrasi *Public*

Relations yang berkaitan pada *Personal Branding* seseorang.

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi manfaat yang positif bagi perkembangan dibidang ilmu komunikasi. Khususnya bagi mahasiswa/i yang ingin mengangkat judul serupa atau dapat mengembangkan kembali penelitian ini.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu digunakan sebagai bahan masukan kepada Bapak Ganjar Pranowo untuk dalam melakukan kegiatannya yang dibangun melalui *Personal Branding* yang dilakukan di media sosial Instagram.

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi gambaran yang sesuai terhadap *Personal Branding* yang dibangun oleh Bapak Ganjar Pranowo kepada masyarakat, sehingga semakin banyak opini publik yang positif mengenai kinerja yang dilakukan oleh Bapak Ganjar Pranowo.