

## Analisis Strategi Komunikasi Politik Ganjar Pranowo Melalui Media Sosial Menuju Pemilihan Presiden 2024

Rosy Febriani Daud<sup>1</sup>, Muhammad Fatchuriza<sup>2</sup>

Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Selamat Sri, Kendal,  
Jawa Tengah, Indonesia<sup>1</sup>

Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Selamat Sri, Kendal,  
Jawa Tengah, Indonesia<sup>2</sup>

\*Email Korespondensi: [rosydaud@gmail.com](mailto:rosydaud@gmail.com)

### Sejarah Artikel:

Diterima 22-05-2025  
Disetujui 23-05-2025  
Diterbitkan 24-05-2025

### ABSTRACT

*This article discusses the analysis of Ganjar Pranowo's political communication strategy on social media social of the 2024 presidential election in Indonesia. This highlights the political communication strategies that make Ganjar's supporters improve on social media platforms such as the potential for spreading misinformation and attacks on political figures. Ganjar's efforts to improve campaign strategies through various media activities are also discussed. As we can see, the public's view of Ganjar Pranowo is to improve political communication strategies by creating jobs for the Indonesian people by promising a work program of 17 million jobs and additional rewards to make it happen. To develop quality human resources, full synergy is needed between the government, educational institutions and companies. Ganjar also encourages the industrial world to prepare to accept workers and welcome collaboration with educational institutions, so this is one of the reasons Ganjar Pranowo carries out branding on Indonesian Community Social Media such as (Tiktok, Instagram, Twitter, Facebook and X). directly from the community and community leaders. Starting from political figures, retired military personnel to ulama, of course with the right target, recent media developments can be the strongest incentive to improve image and improve strategy. And also with the encouragement of young people on social media, without us realizing it, Ganjar Pranowo got a lot of things. Support to Achieve Success in the 2024 Indonesian Presidential Election*

**Keywords:** Ganjar Pranowo, Social Media, Komunikasi Politik, Personal Branding

### **ABSTRAK**

Artikel ini membahas perihal analisis strategi komunikasi politik Ganjar Pranowo pada media sosial menuju pemilu presiden 2024 di Indonesia. Hal ini menyoroti seni manajemen komunikasi politik yang menghasilkan pendukung Ganjar berbenah di platform media sosial seperti potensi menyebarkan misi info dan penyerangan terhadap tokoh politik. Upaya Ganjar memperbaiki taktik kampanye melalui berbagai media kegiatan pula dibahas. mirip yang mampu kita lihat, pandangan warga terhadap Ganjar Pranowo artinya memperbaiki seni manajemen komunikasi politik dengan menciptakan lapangan kerja bagi rakyat Indonesia menggunakan menjanjikan program kerja 17 juta lapangan kerja serta tambahan reward untuk mewujudkannya. buat pengembangan asal daya insan yang berkualitas, diharapkan sinergi penuh antara pemerintah, forum pendidikan, serta perusahaan. Ganjar jua mendorong supaya dunia industri bersiap mendapatkan energi kerja serta menyambut baik kerjasama menggunakan forum pendidikan, sebagai akibatnya hal ini menjadi galat satu alasan Ganjar Pranowo melakukan branding pada media umum warga Indonesia mirip (Tiktok, Instagram, Twitter, Facebook serta X). menggunakan dukungan tak eksklusif dari warga serta tokoh warga. Mulai berasal tokoh politik, purn sampai ulama, tentunya menggunakan target yang sempurna, perkembangan media belakangan ini mampu sebagai pendorong terkuat buat memperbaiki gambaran serta memperbaiki taktik. serta jua menggunakan dorongan anak belia di media umum, tanpa kita sadari Ganjar Pranowo menerima poly hal. Dukungan buat Meraih Kesuksesan Pilpres Indonesia 2024

**Kata Kunci :** Ganjar Pranowo, Social Media, Komunikasi Politik, Personal Branding

#### **Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:**

Febriani Daud, R., & Fatchuriza, M. (2025). Analisis Strategi Komunikasi Politik Ganjar Pranowo Melalui Media Sosial Menuju Pemilihan Presiden 2024. Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 1(3), 484-498. <https://doi.org/10.63822/gqd1de97>

## PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan instrumen yang penggunaannya memakai insan dan berinteraksi menggunakan orang lain, baik pada hayati sehari-hari juga pada kehidupan yang diselenggarakan (Asriadi, 2020). Proses komunikasi ialah sesuatu yang wajib dilakukan pada setiap insan yang berinteraksi satusama lainnya, hampir semuanya bekerjasama beserta rakyatnya, dilakukan menggunakan komunikasi terkait aktivitas-aktivitas yang dilakukan setiap seseorang atau orang poly, salah satunya merupakan komunikasi politik.

Komunikasi politik merupakan bagian dari proses menciptakan komunikasi politik yang mempunyai tujuan primer yaitu memberikan suatu pesan politik pada penerima pesan, pesan politik yang disampaikan tentu saja tidak sinkron buat setiap pemain politik, seluruh mempunyai sifat spesial masing-masing pada proses pengiriman asal tujuan serta makna yang ingin disampaikan pada penonton. Pesan politik yang disebar luaskan harus mempunyai seni manajemen yang sempurna supaya bisa disampaikan menggunakan baik ke penerima pesan. Pada zaman pembangunan serba *sophisticated* ini, media sosial kadang keliru dengan satu media yang menjanjikan dan dievaluasi sempurna pada melakukan komunikasi politik, media sosial yang semakin berkembang ketika ini tentunya akan dimanfaatkan secara aporisma dengan pemain, peluang, dan seni manajemen politik ditawarkan di klaim berguna proses komunikasi.

Politik yang lancar direncanakan, melalui informasi media daring keglobal media sosial mirip facebook, twitter, tiktok, X, instagram sampai *youtube* mulai pada ikut sertakan bernyanyi pemain politik membuat menerima perhatian yang lebih baik berasal warga awam, menggunakan pertumbuhan penonton atau pengguna yang terus bertambah rasakan aneka macam konten media sosial diberikan bernyanyi pemain politik, maka gambar atau personal branding masing-masing akan semakin tinggi serta membentuk pemeran politik bekerja pada prosesnya komunikasi politik bisa bekerja menggunakan rupawan. Eksistensi massa media waktu ini yang berkembang relative luas, tentu saja semua wajib seimbang menggunakan kualitas asal daya manusia kualitas juga, sehingga tujuan komunikasi politik serta tujuan media lainnya sosial bisa tercipta/terwujud menggunakan baik serta meminimalkan secara keseluruhan akibatnya negatif asal perkembangan yang terdapat.

Komunikasi politik bila dipandang berasal fungsi, yaitu buat menandakan pemikiran-pemikiran politik yang hayati pada warga, baik intra karakter, forum, asosiasi, atau sektor-sektor kehidupan politik pemerintahan. dari badam serta powell, komunikasi politik artinya fungsi politik yang dan sama mempunyai fungsi lain, yaitu agregasi, artikulasi, rekrutmen, serta pengenalan yang hadir pada suatu sistem politik. seiring berjalannya ketika, komunikasi politik sangat membutuhkan kiprah besar berasal media umum buat menyalurkan pesan pada publik menggunakan sederhana serta cepat. media umum sangat efektif menjadi asal segalanya informasi bagi warga buat melihat perkembangan politik ketika ini. Media umum bukan hanya perihal menyampaikan berita atau pesan politik kepada publik, acap kali pemerintah memakai fasilitas media umum menjadi wadah menaikkan strategi komunikasi politik gambaran diri secara tak eksklusif pada menjaga pendapat masyarakat. Tetapi, media sosial pada komunikasi politik pula mempunyai kekurangan, galat satu misalnya merupakan poli rakyat ketika ini yang termakan bernyanyi informasi yang belum tentu sah, hal ini bisa mengakibatkan perpecahan pada rakyat serta bisa menghambat persatuan, serta akibatnya berasal hal ini pula bisa membentuk peluang terjadinya serangan fitnah asal melawan politik. Konten atau berita politik yang sedang viral ketika ini sangat bisa sebagai senjata buat menyerang individu serta grup partai, kelemahannya inilah yang harus diwaspadai bernyanyi individu juga karakter. Sebab dampaknya mampu sangat merugikan partai politik yang sedang mengikuti pemilu. Pada pemilihan awam, diharapkan seni manajemen politik bernyanyi partai politik yang

berangkutan atau partai politik yang sebagai peserta pemilihan awam. Hal ini dikarenakan kiprah seni manajemen komunikasi politik sangat krusial dalam perencanaan andan aplikasi partisipasi akibatnya bunyi partai politik di pemilihan umum. Serta taktik komunikasi politik sangat krusial. Pada perencanaan serta aplikasi partisipasi akibat bunyi partai politik di pemilihan awam. Serta seni manajemen komunikasi politik sangat krusial buat sebagai objek kajian pada suatu penelitian (firmanzah, 2008).

Seni manajemen komunikasi politik selain memilih kemenangan politik pesaing, taktik komunikasi politik jua bisa menghipnotis perolehan bunyi suatu partai politik, sebagai akibatnya bisa dikatakan bahwa seni manajemen komunikasi politik ialah kumpulan antara perencanaan serta manajemen pada mencapai suatu tujuan eksklusif pada sebuah politik. Sebagai akibatnya bisa dikatakan bahwa taktik komunikasi politik artinya formasi antara perencanaan serta manajemen pada politik, maka akan bisa mencapai tujuan politik yang krusial mirip: membuat seni manajemen politik melalui gambaran yang baik, membentuk dan mengirimkan pendapat masyarakat menggunakan dan menggunakan pesan secara tak pribadi (alfiyani 2018; feldman serta zmerli 2019: 58) seni manajemen politik jua membutuhkan media sebab kiprah media pada zaman kini ini berpengaruh akbar terhadap seni manajemen komunikasi politik yang dilakukan (hutomo 2015: 80) berasal pengertian tadi, bisa disimpulkan bahwa seni manajemen komunikasi politik ialah galat satu hal terpenting pada global politik sebab melibatkan kemenangan pada politik sampai terbentuknya gambaran elit serta partai politik.

Ganjar Pranowo merupakan galat satunya seseorang tokoh atau aktor politik yang seringkali mencoba asal seluruh bentuk pada global maya, berasal lepas 29 april 2022 gubernur provinsi jawa tengah ini telah mempunyai 4.6 juta pengikut pada akun instagram. Instagram (@ganjar\_pranowo) menggunakan lima, 551 posting instagram, pada setidaknya tiga sampai 4 posting sehari teranyar terkait menggunakan segalanya kegiatan politiknya. Ganjar Pranowo tak hanya memakai media umum menjadi wahana hubungan menggunakan masyarakatnya, namun beliau mampu memberi suasananya tidak sinkron berasal karakteristiknya tak dimiliki sang politisi lain waktu ini. Galat satu jargon yang sebagai karakteristik spesial beliau artinya "tuhanku, wahai warga, gubernur hanya mandat" ditemukan pada bio instagram-nya. Membuktikan seluruh kecemasan warga, khususnya pada jawa tengah, Ganjar Pranowo memakai media umum menjadi satu satu indera/media mediator buat bersosialisasi serta berinteraksi menggunakan rakyat, beliau tak ragu buat pulang pribadi balas seluruh keluhan ke dialog netizen pada aneka macam postingan yang beliau bagikan setiap hari. Media umum jua sebagai media bagi ganjar buat mengedukasi warga wacana banyak sekali kebijakan yang diterapkan sang pemerintah, melalui banyak sekali global digital akses komunitas, Ganjar Pranowo mendidik warga memakai bahasa yang simpel dimengerti sebagai akibatnya korelasi yang baik timbul antara pemerintah dan warga. Cara ini sejalan menggunakan penerangan jayson demers ihwal pentingnya media umum buat personal branding, yaitu bila konten merupakan bahan bakar buat merek langsung, media sosial ialah mesinnya (irina, 2016).

Seni manajemen komunikasi politik melalui media sosial yang dilakukan oleh Ganjar Pranowo buat menaikkan kemampuan atau kekuasaan serta komunikasi politik melalui postingan yang dibagikan di banyak sekali platform media sosial, sesuai atribusi yang terkait sudah diringkas menjadi taksonomi 5 jenis pengakuan, taktik karakteristik yang harus membawa taksonomi, serta berbagai seni manajemen buat pada terapkan pada seni manajemen (fitri & adeni, 2020):

1. Seni manajemen menjilat: dipergunakan buat seorang yang ingin dianggap menyenangkan atau ramah
2. Seni manajemen kenaikan pangkat diri: dipergunakan buat seorang yang ingin disebut berkualitas.

3. Model seni manajemen: dipergunakan buat seorang yang ingin diklaim menjadi model serta seni manajemen mirip siluman yang membagikan kemampuannya, kompetensi, integritas, atau nilai-nilai daripada menyatakannya pribadi ke oran
4. Seni manajemen perangkat lunak: dipergunakan buat seorang yang ingin diklaim menjadi orang yang tak berdaya.
5. Seni manajemen intimidasi: dipergunakan sang seorang yang ingin diklaim menjadi orang yang bertenaga atau yang mempunyai kendali (baumeister 1987).

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kiprah Media Sosial Pada Komunikasi Politik**

Balik ke media sosial dipergunakan menjadi media komunikasi dimana di jamannya demokrasi waktu ini, penggunaan media sosial sekarang sudah melampaui percakapan sehari-hari sampai komunikasi politik baik anggota warga juga politisi memakai media sosial buat tujuan politik yang tidak sinkron, masyarakat memakai media sosial buat mendiskusikan gosip-informasi politik, serta terlibat menggunakan organisasi rakyat sipil serta pemimpin politik. Sebagian akbar politisi menggunakannya menjadi media kampanye buat mempertahankan gambaran publik mereka serta menjadi media komunikasi buat menjaga keterlibatan menggunakan jurnalis serta audiens potensial mereka (howard, savage, saviaga, toxtli, & monroy hernández, 2016). Maka sebab itu, tak heran bila saluran media umum waktu ini dipenuhi menggunakan diskusi politik pada samping dialog sehari-hari.

Pertimbangkan kekuatan global media sosial ganjar pranowo buat mengembangkan berita krusial serta akbar pada semua masyarakat yang lebih luas, serta pertanda keberhasilan industri usaha pada memasarkan produk mereka ke pelanggan yang lebih luas menggunakan cara yang efisien serta efektif. Politisi ketika ini cenderung merangkul komunikasi media sosial menjadi taktik mereka buat berkomunikasi menggunakan penonton/pendengar di potensial mereka (nulty, theocharis, popa, parnet, & benoit, 2016), menggunakan media sosial kini sudah sebagai global media sosial buat memberikan kampanye politik buat menerima sebuah dukungan asal calon pemilih, buat mengumpulkan dana buat partai politik, serta tujuan politik lainnya. Ini dia artinya beberapa kiprah penting media umum buat komunikasi politik.

### **Media Sosial Menjadi Alat Kampanye Politik**

Media sosial telah menjadi sebagai alat yang digunakan pada kampanye politik, mirip tujuan yg luas dan kemampuan buat memilih pendengar atau penonton eksklusif, peserta politik ini bisa secara efektif memberikan pesan peserta pada pemilih (muntazah & andhikasari, 2022). Selain itu, media umum memungkinkan peserta buat berkomunikasi eksklusif menggunakan pemilih, mendengar masukan mereka, serta menyesuaikan seni manajemen kampanye berdasarkan pedapat yang diterima (juliswara & muryanto, 2022). Namun, massa media pula membawa rintangan, mirip penyebaran sebuah berita palsu, yang bisa mempengaruhi pendapat seseorang pemilih (amaly & armiah, 2021).

### **Media Sosial Menaikkan Semua Aktivitas Yang Efektif Serta Efisien Pada Kampanye Politik**

Kampanye politik memakai media sosial mampu lebih efektif serta efisien pada menyasar calon pemilih. Model realitas sudah membagikan bahwa media umum bisa dipergunakan buat kampanye politik serta mendukung seni manajemen kampanye *offline*. Galat satu model keberhasilan penggunaan media umum artinya pada pemilihan presiden amerika perkumpulan 2008. Selama kampanye pemilu, Barack

Obama secara sistematis memakai platform media umum menjadi wahana primer menjalankan kampanyenya. Di ketika itu, terdapat 5 belas platform media umum yang dipergunakan sang Obama bersama menggunakan situs webnya sendiri (Effing et al., 2011), serta saat beliau secara efektif memakai media umum buat kampanye politiknya, beliau akhirnya terpilih menjadi presiden Amerika perumpamaan di tahun 2008.

### **Media Sosial Mendekatkan Politik Menggunakan Pemilihan**

Mendekatkan politik melalui media sosial memungkinkan politisi serta audiens mereka buat berkomunikasi secara eksklusif. Komunikasi ini bisa terjadi di mana-mana di saat yang tidak selaras serta rencana yang tidak selaras, di Meksiko, contohnya, seorang politisi Jaime Rodriguez Calderon yang dikenal menjadi 'el bronco' sudah berhasil memakai media sosial untuk menjaga komunikasi serta kedekatan menggunakan konstituennya. Beliau memakai media sosial buat kampanye politik pada kampanye pemilihan gubernur dan terus menggunakannya jauh melampaui hari pemilihan buat diskusi sehari-hari perihal kehidupan publik menggunakan publik negara bagian Nuevo Leon (Howard et al., 2016).

### **Media Sosial Memediasi Komunikasi Politik Menggunakan Audiens**

Penggunaan media sosial yang lebih luas pada konteks politik internasional sudah membantu politisi buat berkomunikasi menggunakan khalayak yang lebih luas asal aneka macam kebangsaan serta bahasa. Pada pemilihan parlemen Eropa 2014, contohnya, kandidat pemilu serta partainya memakai media sosial buat berkomunikasi menggunakan audiens pada 28 negara anggota Uni Eropa. Media umum sudah menyediakan wahana teknologi unik buat menjembatani kesenjangan linguistik, serta untuk memperluas jangkauan komunikasi politik sang kandidat serta partai pada pemilu yang berada pada sistem politik multi-nasional Uni Eropa. (Nulty et al., 2016) dari penerangan tadi, bisa disimpulkan bahwa media sosial sudah sebagai media komunikasi cara lain dibandingkan media tradisional, sebab dibangun pada atas konsep web 2.0. Selain itu, media umum mempunyai ciri unik yang membedakannya asal media tradisional. Media umum juga berperan krusial dalam Indonesian *Journal of Social Technology*, vol.2, no.1, Januari 2021 108 Muzahid Besar Hayat, Sjaiful Jayadiningrat, Gunawan Wibisono, serta Muhammad Iwu Iyansyah pada komunikasi politik serta sudah berkontribusi di penerapan cara komunikasi politik dilaksanakan.

### **Media Sosial Pada Partisipasi Politik**

Sesuai penyelidikan data, ditemukan bahwa penggunaan media umum pada kampanye politik mempunyai dampak positif terhadap partisipasi politik. Individu yang aktif memakai media umum cenderung lebih terlibat pada diskusi politik, menyebarkan isu politik serta berpartisipasi pada pemilu. Penggunaan media umum menjadi wahana buat mengekspresikan pendapat serta argumen politik, mendukung kandidat, serta berinteraksi menggunakan orang lain yang mempunyai kepentingan politik yang sama.

### **Taktik Komunikasi Politik**

Taktik komunikasi pada politik adalah salah satu kunci keberhasilan sebuah partai politik pada memenangkan pemilu. Kampanye politik adalah bentuk *software* komunikasi politik yang dilakukan sang seorang, sekelompok orang atau organisasi politik buat membuat serta menumbuhkan gambaran positif serta bunyi masyarakat, supaya bisa dipilih pada suatu pemilihan, pemilihan serta pemilihan presiden beberapa bentuk atau jenis seni serta surat registrasi *software* komunikasi politik yang telah berlangsung usang

dikenal serta dipraktekkan sang politisi atau aktivis politik, antara lain cara berbicara politik, agitasi politik, propaganda politik, lobi politik, serta aksi politik yang bisa dilakukan pada kegiatan politik diselenggarakan mirip: korelasi rakyat sesudah terselesaikan berpolitik, pemasaran politik serta kampanye politik. Seluruh bentuk komunikasi politik berkaitan menggunakan pembentukan gambaran positif serta opini publik. Hal ini bisa dikaitkan menggunakan upaya memenangkan pemilu pada rangka meraih kekuasaan serta kedudukan politik pada forum legislatif atau eksekutif sebagai akibatnya bisa membentuk kebijakan politik yang sinkron menggunakan visi, misi serta acara politik para komunikator politik, khususnya politisi serta partai politiknya.

#### 1. Retorika Politik

Retorika intinya memakai simbol buat mengidentifikasi pembicara menggunakan pendengar melalui pidato ad interim pidato ialah konsep yang sama pentingnya menggunakan retorika menjadi simbolisme. Menggunakan berbicara pada khalayak terbuka, tentang publik akan berkembang serta proses persuasi akan berlangsung. itulah sebabnya serta nimmo berkata pidato artinya perundingan menggunakan retorika politik akan membentuk warga menggunakan perundingan yang sedang berlangsung (konflik serta mufakat). Aristoteles pada karyanya retorika membagi retorika politik pada tiga jenis yaitu: retorika deliberative, retorika forensik, retorika demonstratif.

#### 2. Agistik Politik

Agitasi, berdasarkan blumer, dimulai menggunakan membangun pertentangan pada warga serta memobilisasi orang buat menentang empiris kehidupan yang dialami selama ini (penuh ketidakpastian dan penuh penderitaan) menggunakan tujuan menyebabkan kecemasan di antara massa lalu warga dimobilisasi buat mendukung inspirasi baru atau ideologi baru menggunakan membentuk keadaan baru. Agitasi acapkali mempunyai konotasi negatif sebab sifatnya yang menghasut, mengancam, merusak membangkitkan ketidakpuasan pada kalangan warga serta mendorong pemberontakan.

#### 3. Propaganda Politik

Propaganda merupakan penggunaan yang populer pada politik, meskipun di awalnya dipergunakan menjadi bentuk aktivitas keagamaan (katolik). Propaganda politik bisa berupa aktivitas komunikasi politik yang dilakukan secara terpolo serta sistematis, memakai sugesti buat tujuan menghipnotis seorang atau grup orang, khalayak atau komunitas yang lebih akbar supaya melaksanakan atau menganut suatu wangsit, atau aktivitas eksklusif menggunakan atau dipaksa. Selain itu, terdapat beberapa jenis propaganda mirip propaganda terbuka, propaganda yang disengaja, serta propaganda yang tak disengaja. pada demokrasi, aktivitas propaganda politik sangat tak disukai, bahkan ditolak menggunakan menyebarkan kegiatan lain mirip korelasi rakyat politik serta berita politik.

#### 4. Lobi Politik

Lobbying merupakan galat satu bentuk seni serta teknik komunikasi yang poly diterapkan pada aktivitas politik. Lobi politik serta partai politik, merupakan wadah diskusi politik pada perspektif atau kerangka berpikir interaksional pada komunikasi politik yang diterapkan pada bentuk komunikasi interpersonal atau tatap muka yang bersifat dialogis. Bila lobi politik bersifat informal (tak terdapat perintah) maka rendezvous politik, persidangan politik, atau lembaga musyawarah politik sebenarnya sangat formal atau resmi. pada lobi politik, dampak langsung sangat krusial. pada hal ini, kompetensi, dominasi duduk perkara, kedudukan serta kepribadian politisi sangat berpengaruh.

#### 5. Tindakan Politik

Tindakan yang bisa ditinjau menjadi komunikasi pada kerangka berpikir pragmatis pula adalah bentuk serta teknik seni pada berkomunikasi yg selalu dipergunakan pada aktivitas politik. Menggunakan

demikian, lobi politik, retorika politik serta kampanye politik pula bisa diklaim menjadi tindakan politik yang artinya galat satu bentuk tindakan politik. Aksi politik pada program komunikasi politik bertujuan buat menciptakan gambaran politik bagi khalayak, yaitu ilustrasi empiris politik yang mempunyai makna seni manajemen dan komunikasi politik merupakan keputusan kondisional holistik wacana tindakan yang akan dilakukan sekarang, buat mencapai tujuan politik pada masa depan. Keputusan strategis yang sempurna bagi penerima pesan politik merupakan (1) peduli karakter, (2) penguatan institusi politik, (3) membangun kebersamaan serta (4) menciptakan *consensus*

#### 6. Ketokohan Serta Kelembagaan

Saat komunikasi politik berlangsung, yang menghipnotis bukan hanya pesan politik namun siapa tokoh politik atau aktivis serta tokoh profesional forum mana yang memberikan pesan politik tadi. Menggunakan istilah lain, karakter seorang merupakan komunikator politik serta institusi politik yang mendukungnya memilih berhasil tidaknya komunikasi politik dalam memilih maksud serta tujuannya, pada hal ini merawat karakter serta memperkuat institusi.

#### 7. Membentuk Kebersamaan

Langkah strategis ke 2 yang wajib dilakukan buat mencapai tujuan komunikasi politik merupakan membentuk kebersamaan antara politisi serta warga menggunakan mengenal audiens serta menyusun pesan-pesan homofilik. Hal ini diharapkan supaya komunikator politik bisa berempati. Hemophily serta ikut merasakan artinya salah satu persyaratan buat menciptakan serta mempertahankan karakter bagi politisi, aktivis, serta profesional menjadi komunikator politik. Buat membentuk hemophily serta berempati melalui kesetaraan kepentingan, komunikator politik wajib terlebih dahulu mengetahui, tahu serta tahu penangkalan serta penyerapan audiens, baik psikologis juga sosiokultural. Ini membutuhkan banyak sekali aktivitas mirip eksplorasi serta survei atau bukti. Menggunakan tahu audiens, menyusun pesan persuasi, memutuskan metode, serta memilah pemilihan media.

#### 8. Menciptakan Mufakat

Langkah strategis ketiga yang harus dilakukan untuk mencapai komunikasi politik artinya menciptakan mufakat antar politisi pada satu partai politik serta mediator antara politisi asal partai yang tidak sama. Ini biasanya terjadi baik di rendezvous serta dengar pendapat serta pada lobi, memakai contoh komunikasi interaktif sinkron menggunakan kerangka berpikir interaksional. Pada kerangka berpikir internasional ini, seluruh pihak yang berkomunikasi atau berinteraksi mempunyai kedudukan yang sama dan setara, sebagai akibatnya membangun suasana dialogis. Komunikasi interaksional dikenal menjadi komunikasi manusiawi sebab seluruh pihak diangkat ke posisi mulia. Suasana dialogis wajib dibangun melalui terciptanya kebersamaan atau hemophily menggunakan melatih ikut merasakan. Hal ini bertujuan supaya seluruh pihak mempunyai rasa mempunyai sebagai akibatnya bisa berpartisipasi aktif. Pada membentuk seni mufakat mirip itu. akibat media umum terhadap persepsi publik

Penggunaan media umum pada kampanye politik pula berdampak signifikan terhadap persepsi publik terhadap berita politik dan kandidat. Media umum sebagai saluran krusial buat berbagi pesan-pesan politik, dan pesan-pesan itu bisa menggunakan cepat menyebar dan menghipnotis opini publik. Orang mengakses berita politik melalui media social termasuk informasi, postingan, dan komentar asal pengguna lain. Persepsi publik terbentuk melalui hubungan menggunakan banyak sekali pandangan politik yang tersaji melalui media umum. Menggunakan demikian, media umum berperan pada membuat opini publik serta berkontribusi terhadap dinamika politik pada warga .

### **Personal Branding Ganjar Pranowo**

Berdasarkan Rampersad (pada Sari, 2018) terdapat 2 alasan akbar mengapa personal branding berkembang sebagai bahan perkiraan publik. Galat satunya ialah bahwa revolusi teknologi membarui struktur karir ketika ini. Pada pengembangan karir, personal branding sebagai wahana yang efektif bagi seorang buat memberikan siapa dirinya, apa yang beliau yakini, serta apa yang membuatnya unik. Alasan ke 2 merupakan perubahan cara insan berkomunikasi yang mendorong seorang atau individu untuk sebagai penerbit, memungkinkan individu buat belajar membuat jaringan. Personal branding sendiri diartikan menjadi proses dasar penciptaan persepsi publik terhadap poly aspek yang dimiliki seorang, mirip kepribadian, kemampuan, nilai-nilai yang di akhirnya bisa menyampaikan persepsi positif terhadap warga (haroen, 2014). Tetapi tidak sinkron menggunakan mcnally serta speak yang memaknai personal branding menjadi persepsi yg selalu diingat sang orang lain serta mempunyai tujuan akhir supaya warga mempunyai pandangan positif terhadapnya sebagai akibatnya bisa terus dianggap serta loyalitas (khairul, 2019). Menggunakan demikian, norma berkomunikasi di insan mulai mengalami perubahan fundamental. Menggunakan masih masifnya kebebasan beropini yang dilakukan melalui media teknologi komunikasi, akhirnya fatsun mulai berlaku (indrawan et al., 2020)

Ganjar Pranowo artinya pemain politik yang aktif menggunakan media umum, ganjar poly mempunyai pengikut pada beberapa akun media umum keliru satu akun media umum ganjar pranowo (@ganjar-pranowo), ganjar pranowo menggunakan akun media umum eksklusif untuk berkomunikasi dengan masnyarakat serta buat memperkenalkan karakteristik khasnya pada beraktivitas media umum yang menjadikanya tidak selaras menggunakan politisi-politisi lainnya pada media sosial. Ganjar tak jarang memberikan unggahan dirinya yang sedang melakukan aktivitas-aktivitas namun tak hanya sekedar itu ganjar pula acapkali melihat keluhan masnyarakat yang tak jarang beliau dapati pada media umum. Pemahaman yang di lakukan ganajar melalui media umum itu pula dapat serta praktis di pahami menggunakan simpel sang semua masynarakat. Media sosia ini pula tak jarang kali pada maanfaatkan sang ganjar buat memudahkan akses buat melakukan komunikasi secara tak eksklusif menggunakan masnyarakat. Menggunakan karakteristik spesial yang pada miliki serta image perihal dirinya, membantu ganja pada melakukan komunikasi poltik.

Aktivitas yang dilakukan ganjar pranawo dalam melakukan personal branding di suatu aktivitas yang sudah pada susun atau pada atur pada *branding* poltik. Serta demikian pula ganjar pranowo telah melakukan branding politik di saat politik. Memakai tehnik politik yang dari berasal aktivitas korelasi masnyarakat, *branding* politik akan mengangkat nilai politik melalui aktivitas yang menuju beratnya pada aktivitas atau lainnya. Perkembangan politik di indonesia menghasilkan konvoi lebih maju, kampanye politik yang sudah sebagai santapan sewaktu-saat masnyarakat baik di global yang sempurna serta global media pencitraan pula sebagai kata yang tidak bisa kita pisahkan dari asal kampanye sebuah politik, namun istilah pencitaan di dimainkan sebagai sesuatu yang negtif. Padahal ilustrasi sebuah politik bias pada artikan menjadi hayalan diri yang ingin diciptakan sang seorang tokoh masnyarakat, di halnya pencitraan politik memiliki suatu tujuan yang menghasilkan suatu prolehan bunyi sesudah aktivitas kampanye, politik harus membantu penentuan posisi yang bertenagasupaya bisa memperoleh suatu agama serat loyalitas berasl pemilih.sang sebab itu pencitraan tak hanya bisa berthan hingga memperoleh bunyi terpii, politik harus menjaga agar loyalitas pemilih bertahan di ketika yang usang. Ganjar Pranowo melakukan personal breanding ini degan baik sebagai akibatnya poly masnyarakat yang tertarik serta menyukai cara kepemimpinanya.

## METODE PENELITIAN

Artikel ini disusun menggunakan memakai pendekatan naratif kualitatif yang memfokuskan studi penelitian pada artikel ini di sisi-sisi eksklusif yang terdapat pada suatu kenyataan yang terjadi di kurang lebih kita. Moleong (moleong, 2019) mengungkapkan tujuan pendekatan kualitatif merupakan buat tahu kenyataan tentang apa yang dialami sang subjek penelitian. Sedangkan rakhmat (rakhmat & ibrahim, 2017) mengungkapkan beberapa tujuan penelitian naratif antara lain mengumpulkan berita yang bersifat aktual yang mendeskripsikan kenyataan yang terdapat secara rinci, mengidentifikasi atau menyelidiki dilema dan syarat praktik yang berlaku pada kenyataan tadi, membentuk perbandingan, serta buat memilih apa yang akan dilakukan seorang pada menghadapi persoalan serta belajar asal pengalaman buat memutuskan keputusan dan planning masa depan. Melalui pendekatan kualitatif ini, penelitian ini akan dikaji lebih pada sebagai akibatnya bisa membentuk data/berita yang naratif serta bisa menyampaikan pemahaman yang lebih mendalam terkait subjek penelitian yang diteliti pada artikel ini.

Pendekatan naratif kualitatif yang dipergunakan sinkron menggunakan tujuan penulisan artikel ini merupakan buat melihat bagaimana taktik komunikasi melalui media umum yang digunakan oleh Ganjar Pranowo menjadi galat satu indera/media pengenalan dan pendidikan aktor politik, menjadi galat satu taktik buat memperkuat gambaran eksklusif pada komunikasi politik. Pada penyusunan artikel ini, penulis ialah bagian dari kenyataan partisan dimana penulis adalah bagian berasal banyaknya pengikut ganjar pranowo di instagram pribadinya. Data penelitian yang dikumpulkan ialah akibat observasi melalui aneka macam postingan/unggahan yang dipublikasikan Ganjar Pranowo di banyak sekali platform media umum miliknya. Data tadi lalu diolah melalui analisis dan pembahasan mendalam menggunakan memakai teknik kualitatif yang sinkron menggunakan tema penelitian sampai lalu dielaborasi secara mendalam dan ditarik konklusi yang bisa menjawab pertanyaan-pertanyaan di tema yang dibahas pada artikel ini dan pada penulisan artikel ini, peneliti memakai metode pengumpulan data dan analisis data sinkron menggunakan konflik yang terdapat. artikel ini berjudul analisis seni manajemen komunikasi politik Ganjar Pranowo melalui media umum menuju pilpres 2024 dimana peneliti memakai metode kualitatif menggunakan jenis penelitian eksplorasi, yaitu penelitian buat menemukan hal-hal baru, yang tak poly diketahui sang rakyat, sebagai akibatnya ingin dikaji lebih pada, serta jua menyangkut kenyataan pada masa ini atau kekinian. Pendekatan pada penelitian ini memakai pendekatan kualitatif, yaitu pendekatan yang menuangkan kemampuan sebagai bukti serta ikut merasakan pengamat buat mengumpulkan data wacana persoalan yang akan diteliti dan pendekatan yang menganalisis kehidupan sosial menggunakan mendeskripsikan global sosial asal sudut pandang atau pada latar alam (nanang martono, 2016:56).

Pada penelitian ini, data yang dipergunakan artinya data utama dan data sekunder. Data utama merupakan data yang diperoleh berasal "taktik komunikasi politik" menggunakan merogoh data dari postingan media umum setiap sikap atau hubungan yang dilakukan sang aktor politik ke arah proses pencalonan presiden di pemilu 2024 data sekunder merupakan data yang dikumpulkan menggunakan jurnal, ebook, dan tesis yang membahas hubungan atau sikap aktor politik. Objek penelitian merupakan hal yang menjadi titik penelitian suatu penelitian. Penentuan objek penelitian artinya tahapan terpenting pada penelitian kualitatif. Objek penelitian ini merupakan memakai postingan media umum mirip *youtube*, *instagram*, *twitter* dan *facebook* terkait hubungan atau sikap aktor politik pada proses pencalonan presiden. Pada pengumpulan data dalam artikel ini, peneliti memakai empat teknik pada pengumpulan data, yaitu, pada pengumpulan data, diperoleh melalui tinjauan pustaka dan dokumentasi buat memperoleh data berasal problem yang akan diteliti yang berupa postingan pada media umum mirip *instargram*, *tiktok*, *twitter*, serta media umum lainnya dan juga pengumpulan data diarahkan untuk mencari data dalam postingan media

umum perihal proses branding serta pula hubungan atau sikap aktor politik lalu pada-screenshot, reduksi data berdasarkan sugiyono (2018: 247), reduksi data ialah meringkas, menentukan hal-hal krusial, dan serius di apa yang krusial. Sebagai akibatnya bisa dikatakan bahwa data asal reduksi ini mendeskripsikan menggunakan lebih kentara serta membantu peneliti menggunakan simpel pada mengumpulkan data lebih lanjut. penyajian data menurut miles dan huberman berkata "bentuk tampilan data yang paling tak jarang untuk kualitatif artinya data pencarian di masa kemudian mempunyai teks naratif" yang berarti bahwa sebagian akbar untuk menyajikan data pada penelitian kualitatif memakai teks naratif (jogiyanto hartono, 2008: 49) sebagai akibatnya memudahkan pemahaman serta penyusunan pada penelitian ini terakhir, termin penarikan konklusi ini merupakan menggunakan mengatakan simulasi data yang sudah diperoleh asal yang akan terjadi melalui postingan media umum serta dokumentasi yang membentuk penelitian menjawab perseteruan yang ada.

## **PEMBAHASAN**

### **Media Sosial Pada Komunikasi Politik**

Penggunaan media sosial ketika ini berkembang asal sekedar wahana komunikasi sehari-hari antar individu sebagai indera atau media komunikasi interaktif pada banyak sekali aspek, Galat satunya ialah komunikasi politik baik aktor politik menjadi komunikator politik juga warga menjadi komunikan pada stakeholder terkait komunikasi politik, semuanya mempunyai tujuan politik masing-masing yang tidak selaras. menjadi komunikan politik, warga memakai media sosial menjadi media buat membahas gosip berita politik yang sedang terjadi menjadi respon terhadap aneka macam kebijakan politik yg dimuntahkan sang aktor-aktor politik, ad interim sebagian akbar aktor politik menjadi komunikator politik memakai media sosial sebagai indera atau media mediator kampanye buat memperkuat gambaran politik mereka, media sosial dipergunakan supaya media umum bisa permanen menjadi media komunikasi yang efektif yang melibatkan jurnalis dan audiens potensial mereka (howard et al., 2016). Sang sebab itu, poly berasal kita jumpai media sosia tak hanya berisi konten sehari-hari tetapi juga berisi konten yang mengandung atau mempunyai unsur politik.

Manfaat yang ditawarkan sang media sosial menjadi media massa yang bisa mengembangkan berita secara luas tanpa batasan ruang serta saat sebagai pertimbangan bagi aktor politik buat melibatkan media umum sebagai media komunikasi politiknya. Berkaca pada keberhasilan media umum sebagai media pemasaran usaha yang digdaya untuk menarik poly pelanggan supaya mengenal produk menggunakan lebih efisien dan efektif. Waktu ini poly aktor politik yang melibatkan media sosial menjadi wadah atau media mediator buat menyukseskan komunikasi politik yang dilakukan, hal ini dilakukan melalui hubungan atau komunikasi interaktif menggunakan audiens potensial mereka (nulty et al., 2016). media sosial sekarang telah menjadi platform primer pada komunikasi politik, media sosial digunakan buat banyak sekali kepentingan politik, mulai dari kampanye untuk mendapatkan poly dukungan asal rakyat sampai media pengenalan serta edukasi asal komunikator politik pada komunikan, hal ini menghasilkan komunikasi politik melalui media umum disebut lebih efektif dan efisien, sebagai akibatnya tujuan komunikasi politik berasal masing-masing pemangku kepentingan bisa menggunakan simpel terwujud.

Teknologi komunikasi lalu sebagai landasan pada perkembangan komunikasi politik pada era multimedia ini. Komunikasi politik selalu kongruen menggunakan kebebasan demokratis, terutama kebebasan berpendapat. Lalu, komunikasi politik yang terjadi di era globalisasi ini memberikan menguatnya kebebasan demokratis yang menunjuk di kebebasan berpendapat pada rakyat maya. Menggunakan

demikian, kebiasaan berkomunikasi di insan mulai mengalami perubahan fundamental. Menggunakan masih masifnya kebebasan berpendapat yang dilakukan melalui media teknologi komunikasi, akhirnya fatsun tadi mulai berlaku (indrawan et al., 2020).

### **Latar Belakang dan Track Record Politik Ganjar Pranowo**

Ganjar Pranowo bukanlah orang baru pada global politik Indonesia. Sebelum sebagai gubernur Jawa Tengah, Ganjar mempunyai pengalaman menjadi anggota dewan perwakilan rakyat RI. Selama menjabat menjadi gubernur, ganjar dikenal dengan banyak sekali penemuan pelayanan publik serta upayanya pada mempertinggi kesejahteraan rakyat jawa tengah (hadi, 2018). Keberhasilannya memimpin provinsi menggunakan jumlah penduduk terbesar pada Indonesia ini membagikan kemampuannya dalam kepemimpinan dan rapikan kelola pemerintahan yg baik. Namun, seperti kandidat lainnya, ganjar jua mempunyai tantangan dan kritik yang wajib dihadapi, terutama terkait gosip kontroversial selama kepemimpinannya (ariantio, 2021).

### **Citra Politik Ganjar Pranowo Melalui Media Sosial**

Ganjar Pranowo ialah galat satu kandidat politik yang aktif memakai media sosial, uang yang beliau bagikan melalui banyak sekali global media sosial yang beliau miliki yaitu instagram, tiktok, dll berisi aneka macam berita pendidikan politik, pengenalan acara serta kebijakan, kemajuan kinerja, sampai penanganan suatu dilema atau keluhan yang disampaikan rakyat, tak sporadis Ganjar Pranowo pula menunjukkan postingan buat sekedar menyapa warga serta membahas aktivitas yang telah populer di global media sosial di warga , hal ini dilakukan buat menerima perhatian atau perhatian selurun masnyarakat kepadanya. Menggunakan rasa ketertarikan atau perhatian kepadanya asal warga, akan sangat praktis bagi ganjar buat melakukan komunikasi politik menggunakan lebih efektif sinkron menggunakan tujuan yang ingin dicapai. "Tuanku ya masyarakat, gubernur cuma mandat", artinya jargon yang disematkan ganjar pranowo pada bio salah satu media sosialnya. Jargon tersebut menjadi seni manajemen awal ganjar dalam menciptakan personal *branding* melalui media umum, kalimat tadi secara tidak eksklusif disampaikan ganjar pada warga buat menegaskan bahwa dirinya merupakan pemimpin yg sah-sahih mengutamakan dan mengutamakan masyarakat dan sungguhnya demi menyampaikan hal-hal yang terbaik bagi rakyat menjadi ibarat seseorang budak yang mengabdikan pada tuannya, Ganjar menegaskan bahwa beliau akan benar-sahih mengabdikan pada warga menggunakan sepenuh hati serta mengklaim kesejahteraan rakyatnya.

### **Gaya Komunikasi Politik Ganjar Pranowo**

Ganjar Pranowo yang ialah tokoh politik pula kerap menerima asumsi asal dari seseorang menjadi pengurus partai sebab pada rekam jejaknya pada media baru kerap membagikan jati dirinya menjadi kader partai politik yang solid. Karier Ganjar Pranowo yang mulai menjadi anggota pada galat satu forum legislatif, yakni dewan perwakilan rakyat RI, jua tidak luput asal kiprah pdi perjuangan. Sehingga gambaran Ganjar Pranowo pada berpolitik selalu menempel di partai politik ini. Semenjak ditetapkan sebagai capres pada pemilu 2024 dari fraksi PDIP usaha, Ganjar Pranowo sudah mencap citranya melalui media yang bisa mempertinggi nilai pribadinya. Selain kemampuan berbicara pada depan umum, Ganjar pula menarik perhatian melalui komunikasi nonverbal yang ditampilkan pada media. Menurut solomon (2013), pada praktik mengelola gambaran politik, ibarat seseorang aktor yang tampil pada atas anjung. Setiap pemeran mempunyai tugas serta fungsi yg tidak sinkron. Proses pencitraan pada atas anjung mengutamakan konsistensi sebagai akibatnya penonton bisa mempunyai persepsi bahwa apa yang dilakukan pelaku ialah

konkret (alvin, 2019). Informan pada penelitian ini, yaitu X yang menjabat menjadi pengelola media sosial instagram serta tiktok, Ganjar Pranowo mengungkapkan bahwa di media sosial, Ganjar Pranowo lebih secara mendasar dikuasai mendeskripsikan gambaran politiknya menjadi figur publik yang dekat menggunakan warga serta generasi milenial.

### **Seni Manajemen Kampanye di Media Sosial ganjar pranowo**

Era Digital sudah mengganti cara kampanye politik dilakukan. Ganjar Pranowo, menyadari pentingnya media sosial pada bekerja sama menggunakan pemilih belia, telah memanfaatkan platform ini sebaik-baiknya. Dari muntazah serta andhikasari (2022). Media digital sudah sebagai bagian integral dari seni manajemen komunikasi pemasaran, termasuk pada konteks politik (muntazah & andhikasari, 2022) Ganjar aktif pada aneka macam platform mirip tiktok, pada mana dia tidak hanya mempromosikan acara serta visinya, namun pula berinteraksi pribadi menggunakan netizen. Selain itu, Ganjar pula kerap memakai konten video buat memberikan pesan kampanyenya, baik itu berupa vlog, wawancara, atau video pendek lainnya. Strategi ini terbukti efektif pada menciptakan gambaran, positif serta lebih dekat menggunakan warga, terutama generasi muda, pendekatan personal dan otentik ini memungkinkan ganjar menciptakan koneksi yang lebih pada menggunakan pemilih, khususnya generasi belia (juliswara & muryanto, 2022).

Seni manajemen Ganjar Pranowo dalam memakai media sosial memanfaatkan momentum dimana waktu ini rakyat telah memasuki era society 5.0, yang berpusat di kehidupan sosial insan serta berbasis teknologi dimana semuanya telah terdigitalisasi. Warga ketika ini dianggap menjadi warga info merupakan warga yang pada kehidupan sehari-harinya bergantung di isu, dimana gosip menghipnotis banyak sekali bidang kehidupan rakyat. Komunitas ini bisa mengakses, memanfaatkan, serta mengembangkan info menggunakan orang lain. Sesuai konsep ini, penggunaan seni manajemen dan teknik komunikasi politik persuasif dimana *merk advertising* memakai media umum sangat *relatable*. Kehidupan insan yang tak bisa dipisahkan asal global maya dan pencarian isu mendorong terciptanya konten virtual buat menyebarkan berita serta terutama menyampaikan pesan politik yang persuasif. Info yang selalu *update* sang akun resmi Ganjar Pranowo menyediakan aneka macam info sangat diperlukan dan bahkan sebenarnya bukan suatu kebutuhan melainkan tersaji dan sebagai "kuliner sehari-hari" warga gosip ini. Hal ini pula yang sebagai faktor pendorong terciptanya *merk awareness* dari Ganjar Pranowo dari setiap berita yang tersaji. Mirip info sehari-hari serta kegiatan karakter yang ditampilkan di media sosial dapat membangun pengetahuan bahwa Ganjar Pranowo ialah pemimpin di provinsi Jawa Tengah yang tegas.

### **KESIMPULAN**

Berasal yang akan terjadi yang sudah dibahas di page sebelumnya, bisa disimpulkan bahwa, komunikasi politik di media sosial merupakan hal yang sangat krusial buat kita ketahui tentang strategi komunikasi politik sendiri bisa diartikan menjadi bentuk kegiatan penyampaian pesan yang berisi berita politik dari suatu asal ke sejumlah penerima pesan. Mendekatnya Pilpres 2024 mengakibatkan media sosial menjadi lembaga yang efektif buat menyampaikan pesan menggunakan simpel. Asal media sosial, warga Indonesia dengan mudah mencari, mendapatkan, bahkan menyatakan info. Rakyat pula bisa memberikan keluhannya perihal politik pada Indonesia menggunakan simpel pada media umum, selain itu, pengemasan pesan-pesan politik yang epik dan diubahsuaikan menggunakan situasi serta syarat yang terdapat pula artinya faktor lain dalam mencapai tujuan komunikasi. Tetapi perlu diperhatikan pula bahwa setiap media yg terdapat mempunyai kelemahan serta kelebihanannya masing-masing. Sang sebab itu, seni manajemen dan

pesan politik yang tepat memilih tercapainya komunikasi politik, yaitu elektabilitas masing-masing tokoh politik yang diusung.

Asal akibat penelitian kami, bisa disimpulkan bahwa media sosial menghipnotis komunikasi politik politisi itu sendiri. Terutama buat menyebarkan seni manajemen positif di rakyat. Pada model kami, kami menganalisis sosok Gubernur Jawa Barat Ganjar Pranowo. Eksistensi media umum selalu membantu pihak pada menyalurkan komunikasi politik, perihal Calon Presiden RI 2024.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Nurcholis & Tri Rizki Putra "Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Pemilih Pemula Di Pilpres 2019: Sebuah Studi Terhadap Mahasiswa FISIPOL UGM" *Humanis* Vol. 14 No. 1
- Arifin, Anwar. 2003. *Komunikasi Politik: Paradigma- Teori-Aplikasi-Strategi Dan Komunikasi Politik Indonesia*. Jakarta: Balaipustaka
- Arifin, Anwar. 2006. *Pencitraan Dalam Politik (Strategi Memenangkan Pemilu Dalam Perspektif Komunikasi Politik)*. Jakarta: Perpustakaan Indonesia
- Alfiyani, Nur. "Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Politik." *Potret Pemikiran* 22.1 (2018).
- Arifin, D. A. (2019). *Komunikasi Politik (Filsafat Paradigma Teori Tujuan Strategi Dan Komunikasi Politik Indonesia)*. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9)
- Blumer, Herbert. 1969. *Symbolic Interactionism: Perspektif And Method*. New Jersey: Harper And Row
- Cangara, Hafied. 2009. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, Dan Strategi*. Jakarta: Rajagrafindopersada.
- Dwitama, M. I., Hakiki, F. A., Sulastri, E., Usni, U., & Gunanto, D. (2022). *MEDIA SOSIAL DAN PENGARUHNIA TERHADAP PARTISIPASI POLITIK MASYARAKAT DI PILKADA 2020 TANGERANG SELATAN*. *Independen*, 3(1), 53-66.
- Dewangga, Muhammad Almuntaqi, And Rhesa Zuhriya Briyan Pratiwi. "Citra Politik Ganjar Pranowo Di Youtube Podkaesang Depan Pintu: Analisis Semiotika John Fiske." *Buana Komunikasi (Jurnal Penelitian Dan Studi Ilmu Komunikasi)* 4.2 (2023): 99-112.
- Effing, Robin, Van Hillegersberg, Jos, & Huibers, Theo. (2011). *Social Media And Political Participation: Are Facebook, Twitter And Youtube Democratizing Our Political Systems? International Conference On Electronic Participation*, 25–35. Springer.
- Farid, Ahmad Salman. "PENGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM KAMPANYE POLITIK DAN DAMPAKNYA TERHADAP PARTISIPASI POLITIK DAN PERSEPSI PUBLIK." *QAULAN: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 4.1 (2023): 45-50.
- Faradis, Nur, Naura Ainya Al Fauzah, And Muhammad Ichsan Al Anshori. "Media Sosial Dan Persepsi Publik: Analisis Strategi Kampanye Digital Calon Presiden Indonesia 2024." *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)*. Vol. 2. 2023.
- Hayat, Muzahid Akbar, Et Al. "Peran Media Sosial Dalam Komunikasi Politik." *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi* 2.01 (2021): 104-114.
- Irina, P. (2016). *Successful Personal Branding On Social Media Creating And Building A Personal Brand Via Content On Youtube*. *Short Contributions – Perspectives On Communication*, May
- Leticia, Leticia, And Farid Rusdi. "Pengaruh Personal Branding Felicya Angelista Di Instagram Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Scarlett Whitening." *Prologia* 5.2 (2021): 329-334.
- Personal Branding Ganjar Pranowo Untuk Membangun Komunikasi Politik Di Media Sosial Instagram. (2021). *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1).

- 
- PERAN MEDIA SOSIAL DALAM KOMUNIKASI POLITIK Muzahid Akbar Hayat, Sjaiful Jayadiningrat, Gunawan Wibisono, Dan Muhammad Iwu Iyansyah Uniska Syech Muhammad Arsyad Albanjari Banjarmasin Email: [M.Akbarhayat@Gmail.Com](mailto:M.Akbarhayat@Gmail.Com), [Jayadiningratsjaiful@Gmail.Com](mailto:Jayadiningratsjaiful@Gmail.Com), [Humasbatola@Gmail.Com](mailto:Humasbatola@Gmail.Com) Dan [Iwuiyansyah89@Gmail.Com](mailto:Iwuiyansyah89@Gmail.Com)
- Rahmah, Syifaur. "Personal Branding Ganjar Pranowo Untuk Membangun Komunikasi Politik Di Media Sosial Instagram." *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 5.1 (2021): 94-101.
- Retamara, Reza, Kun Budianto, And Reni Apriani. "Analisis Tindakan Aktor-Aktor Politik Jelang Pemilu Tahun 2024 Dalam Proses Pencalonan Melalui Media Sosial." *Jurnal Prodi Ilmu Politik* 2.3 (2023): 157-169.
- Saud, M., Ida, R., Abbas, A., Ashfaq, A., & Ahmad, A. R. (2020). Media Sosial Dan Digitalisasi Partisipasi Politik Pada Generasi Muda: Perspektif Indonesia. *Jurnal Society*, 8(1), 87-97
- Yanuartha, Rizki Amalia, Et Al. "Strategi Komunikasi Politik Penggunaan Baliho Versus Media Sosial Oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Tahun 2021." *Administraus* 6.1 (2022): 21-40.