

**PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM GANJAR PRANOWO DALAM  
KAMPANYE POLITIK PEMILIHAN GUBERNUR  
JAWA TENGAH TAHUN 2018**

Yovita Bilqis Saba Taqwa, Dr. Nunik Retno H, S.Sos., M.Si

[Yovitabilqis0@gmail.com](mailto:Yovitabilqis0@gmail.com)

Departemen Politik dan Pemerintahan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

**ABSTRAK**

Media sosial awal munculnya hanya memperkenalkan sebagai media untuk bersosialisasi dengan teman dan kerabat dekat, saat ini media sosial sebagai informasi antara individu dengan institusi salah satunya instagram. Perkembangan tersebut Menjadi perkembangan partai politik dan kandidat dengan memperkenalkan dirinya melalui Instagram. Instagram secara signifikan mengubah aksesibilitas dan ketersediaan informasi pada paslon tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Penggunaan media sosial instagram Ganjar pranowo dalam kampanye politik pemilihan gubernur Jawa Tengah tahun 2018, untuk mengetahui dan menganalisis dampak positif dan negatif dalam Penggunaan media sosial instagram Ganjar Pranowo dalam kampanye politik pemilihan gubernur Jawa Tengah tahun 2018, dan untuk mengetahui kendala dalam Penggunaan media sosial instagram Ganjar Pranowo dalam kampanye politik pemilihan gubernur Jawa Tengah tahun 2018.

Metode penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif deskriptif yang memberikan gambaran secara jelas mengenai bagaimana proses dan efektivitas kampanye politik di media sosial akun Instagram @ganjarpranowo pada Kampanye Pemilihan umum Jawa Tengah 2018.

Hasil penelitian penggunaan media sosial instagram kampanye politik melalui Media Instagram, tidak banyak mengeluarkan material yang lebih banyak dibandingkan tanpa menggunakan media sosial Instagram, kampanye melalui media sosial instagram hanya membutuhkan waktu sedikit sekali kampanye bisa memperlihatkan pada masyarakat luas dibandingkan tanpa media sosial yang harus bisa bertemu masyarakat sekabupaten, Kampanye menggunakan media sosial instagram mampu menghasilkan suara yang lebih maksimal karena kecepatan akses intagram yang bisa memperluas upload setiap kegiatan kampanye yang diposting. 2. Dampak Positif Mempermudah Bawaslu dalam pengawasan, Masyarakat secara langsung bisa mengikuti kampanye yang dilakukan Ganjar Pranowo, Ganjar Pranowo bisa meramalkan apakah bisa menang atau kalah dilihat dari folloer yang memberi like setiap kegiatan kampanye. 3. Dampak Negatif Bawaslu tidak bisa mengadakan pengawasan secara detail, sebab Ganjar Pranowo tidak semua kegiatannya diupload, Masyarakat tidak bisa melihat langsung kebenaran kampanye yang dilakukan, dalam isntagramnya hanya berisi kalimat-kalimat yang manis, Tidak bisa menilai apakah calon calon tersebut berkualitas atau tidak, dan Media sosial instagram pemilihan pemimpin dipandang kelas yang sangat rendah karena sekelas dengan produk yang dijual yang tidak tahu apakah produk-produk tersebut sesuai.

**Kata kunci: Media sosial instagram, pemilihan umum, kampanye Ganjar Pranowo**

## A. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Penggunaan media sosial sudah marak di telinga masyarakat tahun 2012, sehingga masyarakat mulai tertarik dengan menggunakan media sosial. Media sosial awal munculnya hanya memperkenalkan sebagai media untuk bersosialisasi dengan teman dan kerabat dekat, saat ini media sosial sebagai informasi antara individu dengan institusi. Salah satu media sosial adalah Instagram. Pengguna media sosial Instagram di Indonesia memiliki jumlah terbanyak di dunia. Jumlah pengguna Instagram di Indonesia tahun 2020 adalah 63 juta jiwa artinya semakin banyak peminat dari penggunaan instagram. Aplikasi berbagi foto Instagram memiliki 700 juta pengguna aktif di seluruh dunia, dan Indonesia adalah salah satu pasar paling menarik dengan pertumbuhan pengguna yang luar biasa—dari 45 juta di awal 2017 sampai 85 juta 2021<sup>1</sup>.

Berdasarkan data yang diperoleh dari TNS Global 97% pengguna Instagram selalu menuliskan komentar, menandai teman-temannya di dalam komentar, dan menggunakan mesin pencari untuk mencari informasi yang lebih detail. Sejumlah 89% pengguna Instagram di Indonesia berada dalam rentang umur 18–34 tahun dengan 52.4% di antaranya adalah perempuan (Arzella, 2020: 194). Perkembangan tersebut Menjadi perkembangan partai politik dan kandidat dengan memperkenalkan dirinya melalui Instagram<sup>2</sup>. Instagram secara signifikan mengubah aksesibilitas dan ketersediaan informasi pada paslon tersebut.

Para pengguna Instagram mengumpulkan informasi, dan pendapatnya dengan menggunakan situs interaktif dimana informasi tersebut terus berlanjut antara pemilih dan politisi. Informasi tersebut selalu berinteraksi dari mulut para politisi ke pengguna Instagram pemilih. Instagram menjadikan politik dapat dengan mudah terhubung dengan pemilihnya dan

---

<sup>1</sup> <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/> diakses 02 Januari 2022

<sup>2</sup> Ardha, 2014, *social media sebagai media Kampanyepartai politik 2014 di Indonesia*, Jurnal Jurnal Visi Komunikasi Volume 13, No. 01 hal 106

sebaliknya. Akun resmi dari paslon di Instagram dimanfaatkan secara optimal agar dapat mempengaruhi di pemikiran pemilih dan mendapatkan dukungan publik dengan konten yang dimuat dalam suatu pesan politik di akun Instagram. Setiap unggahan memiliki muatan yang berbeda-beda dalam menciptakan citra politik yang positif mengenai paslon. Instagram bisa membantu paslon mempublikasikan visi-misi program unggulan, hasil interaksi dengan masyarakat, hasil capaian di masa lalu dan sosok kepemimpinan dari paslon. Konten pesan politik tersebut dilakukan sebagai upaya persuasi dalam mempengaruhi daya tarik masyarakat dan mendapatkan dukungan publik yang luas <sup>3</sup>.

Salah satu paslon politik Ganjar pranowo saat Kampanye Pemilihan umum Jawa Tengah 2018. Paslon tersebut memiliki akun Instagram @ganjarpranowo. Ganjar Pranowo merupakan Gubernur Jawa Tengah dua periode dengan masa jabatan pertama yaitu 2013-2018 dan masa jabatan kedua 2018-2023. Ganjar Pranowo dikenal sebagai orang yang aktif dalam media sosial. Ganjar Pranowo dalam akun instagramnya sudah mengunggah sebanyak 3.455 gambar dan di ikuti oleh 2,1 juta pengikut. Selain itu, tidak banyak orang yang memberikan komentar negatif terhadap keaktifannya. Paslon tersebut saat Kampanye Pemilihan umum Jawa Tengah menjadi sorotan paslon lainnya yaitu pasangan calon Gubernur Sudiran Said “Ganjar Pranowo terlalu menggunakan media sosial”. Menurut Ganjar Pranowo mengatakan Bahwa perilaku seorang pemimpin harusnya lebih banyak ke konten di media sosial bukan untuk pencitraan<sup>4</sup>.

Pada masa sekarang para calon hanya menyebar foto untuk dikenal oleh masyarakat luas, dalam proses ini terjadi manipulasi-manipulasi yang menggunakan citra (*image*) yang selanjutnya didefinisikan sebagai politik imagologi (*politic of imagology*). Penggunaan media sosial sebagai alat Kampanye politik sudah diatur dalam Undang-undang No.8 tahun 2015 tentang Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, serta Walikota

---

<sup>3</sup> Krisnanto, 2020, *strategi pemasaran politik pada era digital: pemanfaatan instagram dalam Kampanyepolitik pada pilgub DKI Jakarta 2017*, Jurnal Universitas Undip Hal.3

<sup>4</sup> Isa, 2021, *analisis isi kualitatif instagram Ganjar pranowo terkait manajemen kesan selama periode 1 april 2020 hingga 1 mei 2020*, Publikasi Ilmiah Hal 194

dan Wakil Walikota (UU Pemilihan umum), dimana penggunaan media sosial secara normative harus sebagai wujud pendidikan politik masyarakat yang dilaksanakan secara bertanggung jawab (Pasal 63 ayat 1).

Penggunaan media sosial sebagai instrument Kampanye oleh Undang-undang tersebut dilarang antara lain menghina seseorang, agama, suku, ras, golongan, Calon Gubernur, Calon Bupati, Calon Walikota, dan/atau Partai Politik, menghasut, menghina, memfitnah, mengadu domba Partai Politik, perseorangan, dan/atau kelompok masyarakat dan lain sebagainya<sup>5</sup>.

Tujuan politik dalam berkampanye menggunakan Instagram adalah untuk bentuk partisipasi politik publik, dan membentuk persepsi positif tentang kandidat, yang kemudian diharapkan dapat meningkatkan opini positif publik dan jumlah pemilih ketika pemilihan dimulai. Konten yang dibagikan di Instagram meliputi pemberitaan mengenai kandidat, rencana program kerja kandidat, maupun ajakan atau himbauan untuk memilih kandidat tertentu (sifatnya personal) maksud tersebut untuk keefektivan dalam Kampanye.

Efektivitas merupakan salah satu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target telah tercapai, makin besar persentase yang di capai, makin tinggi efektivitasnya. Efektivitas sebagai tingkat pencapaian organisasi dalam jangka panjang dengan tingkat ketepatan dalam memilih atau menggunakan suatu metode untuk melakukan sesuatu. Aspek keefektivas kampanye yaitu : (1) Aspek tugas dan fungsi, (2) Aspek rencana atau program, (3) Aspek ketentuan dan peraturan, (4) Aspek tujuan dan kondisi ideal<sup>6</sup>.

Peneliti untuk mengetahui keefektivas kampanye pemilihan Gubernur Jawa Tengah 2018 dengan menggabungkan teori Van Dijk bahwa suatu teks terdiri dari beberapa struktur yang masing-masing bagian saling mendukung. Struktur tersebut terdiri tiga tingkatan, yaitu Struktur Makro, Super Struktur dan Struktur Mikro. Struktur Makro adalah pemaknaan umum

---

<sup>5</sup> Sari, 2021, *Efektivitas Kampanyepolitik di media sosial pada pemilihan kepala daerah tahun 2018 di kecamatan sajoanging kabupaten Wajo*, Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Muhammadiyah Makassar Hal.6

<sup>6</sup> *ibid*

dari suatu teks yang dapat diamati dengan melihat topik atau tema yang dikedepankan dalam suatu berita atau informasi. Super Struktur merupakan struktur wacana yang berhubungan dengan kerangka suatu teks, bagaimana bagian-bagian teks tersusun ke dalam berita secara utuh dan Struktur Mikro adalah makna wacana yang dapat diamati dari bagian kecil suatu teks yakni kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, parafrase. Pada penelitian ini, isi pesan di postingan yang menggunakan akun instagram @ganjarpranowo akan menjadi pokok kajian dalam penelitian ini<sup>7</sup>.

Maka penelitian ini mengambil judul Penggunaan media sosial instagram Ganjar pranowo dalam kampanye politik pemilihan gubernur Jawa Tengah tahun 2018 .

## **B. Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Penggunaan media sosial instagram Ganjar pranowo dalam kampanye politik pemilihan gubernur Jawa Tengah tahun 2018 dan untuk mengetahui dan menganalisis kelebihan dan kelemahan dalam Penggunaan media sosial instagram Ganjar pranowo dalam kampanye politik pemilihan gubernur Jawa Tengah tahun 2018.

## **C. Landasan Teori**

### **1. Kampanye**

Berdasarkan UU Nomor 1 Tahun 2015 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah pada pasal 1 angka 26 adalah Kampanye merupakan kegiatan Peserta Pemilu untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi, dan program Peserta Pemilu.

---

<sup>7</sup> Sulisti, 2021, *Analisis wacana kampanye sosial pulih bersama di instagram*, Skripsi Fakultas ushuluddin, adab dan dakwah institut agama Islam Negeri Bengkulu Hal.8

Menurut Rogers dan Storey (1997) kampanye adalah sejumlah tindakan komunikasi terencana yang bertujuan menciptakan akibat atau efek tertentu kepada khalayak dalam jumlah yang besar dan dikerjakan secara terus menerus pada waktu tertentu. Kampanye ini yang paling populer dan banyak diterima<sup>8</sup>.

Berdasarkan pendapat tersebut, maka kampanye merupakan tindakan kegiatan peserta pemilu dan dikerjakan secara terus menerus untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi dan program peserta pemilu.

## **2. Pemilihan Gubernur**

Pelaksanaan kedaulatan rakyat di wilayah provinsi dan kabupaten/kota untuk memilih Gubernur<sup>9</sup>

## **3. Instagram**

Instagram adalah cara mudah untuk menyimpan dan berbagi momen melalui foto dan video ke dunia. Pengguna dapat mengikuti akun teman dan keluarga untuk mengetahui momen-momen yang mereka bagikan ke Instagram. Instagram merupakan foto dan video-sharing website. Pengguna memahami orang-orang yang mereka follow melalui visual post yang mereka miliki. Pengguna melakukan post dari hal yang signifikan mengenai kehidupannya sampai foto-foto yang bersifat pribadi. Hal tersebut menjadikannya sebagai cara populer untuk membagikan momen kehidupan para pengguna melalui fotografi. Oleh karena itu, para pengguna lain mampu memahami pengalaman yang ditempuh pengguna lain menggunakan visual post sehingga

---

<sup>8</sup> Fatimah, 2018, *Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu*, Jurnal Resolusi Vol. 1 No. 1 hal.8

<sup>9</sup><https://paralegal.id/pengertian/pemilihan-gubernur-dan-wakil-gubernur-bupati-dan-wakil-bupati-serta-walikota-dan-wakil-walikota/Diakses> 14 Maret 2022

menimbulkan sebuah persepsi. Interaktivitas dalam Instagram juga ditunjukkan melalui following (mengikuti) dan followers (pengikut) yang dimiliki oleh seseorang.

Fitur Instagram diantaranya:

- a) Comment merupakan salah satu fitur yang berfungsi untuk mengekspresikan pendapat terhadap suatu post dari suatu akun Instagram. Fitur comment ditunjukkan dibawah foto yang diunggah Pengguna Instagram dapat memberikan tag terhadap pengguna Instagram lain dan memasukkan hashtags atau emoji-simbol atau emotion yang mengekspresikan perasaan atau suatu objek—pada komentar.
- b) Following pada Instagram merupakan kumpulan-kumpulan akun yang diikuti oleh pemilik akun, sedangkan followers pada Instagram menunjukkan kumpulan-kumpulan akun yang mengikuti akun pemilik dari Instagram tersebut. Pengguna Instagram dapat memberikan tag terhadap pengguna Instagram lain dan memasukkan hashtags atau emoji simbol atau emoticon yang mengekspresikan perasaan atau suatu objek pada komentar. Fitur tersebut sebagai cara populer untuk membagikan momen kehidupan para pengguna melalui fotografi. Oleh karena itu, para pengguna lain mampu memahami pengalaman yang ditempuh pengguna lain menggunakan visual post sehingga menimbulkan sebuah persepsi. Interaktivitas dalam Instagram juga ditunjukkan melalui following (mengikuti) dan followers (pengikut) yang dimiliki oleh seseorang. Following pada Instagram merupakan kumpulan-kumpulan akun yang diikuti oleh pemilik akun, sedangkan followers pada Instagram

menunjukkan kumpulan-kumpulan akun yang mengikuti akun pemilik dari Instagram tersebut.

- c) Like merupakan penanda bahwa suatu gambar yang di-upload oleh suatu akun memiliki resonansi dengan pengikut yang dimiliki akun tersebut. Untuk menggunakan like, pengguna Instagram harus mengklik pada tengah foto atau video sebesar dua kali atau memencet ikon hati sampai ikon tersebut berubah menjadi warna merah. Sementara itu, hashtag memiliki kekuatan ampuh untuk membentuk “*shared awareness*” yang bisa berujung kepada gerakan massa yang konkret, seperti demonstrasi politik, aksi kepedulian, kampanye sosial, dan sebagainya. Ketika *shared awareness* pada suatu isu telah dirasakan oleh masyarakat dan mencapai tipping point, viral yang terkait dengan isu akan menyebar secara cepat dan menjadi gerakan massa yang memiliki skala yang besar.
- d) Instagram stories ialah fitur pada Instagram yang berfungsi untuk menampilkan video yang direkam oleh pengguna Instagram dengan durasi 30 detik dan bertahan selama 24 jam. Instagram stories mendorong pengguna untuk mengunggah konten yang lebih natural dan *candid* dibandingkan dengan konten pada postingan yang biasanya sudah dipercantik dan diedit terlebih dahulu<sup>10</sup>.

## D. METODE

---

<sup>10</sup> Arzella, 2020, *Penggunaan Instagram Sebagai Media Kampanye Politik pada Pemilihan Kepala Daerah DKI Jakarta 2017: Studi Kasus pada Basuki Cahaya Purnama (Ahok)*, COMMENTATE: Journal of Communication Management Volume 1 No. 2, hal. 196

Tipe penelitian ini adalah kualitatif deskriptif yang memberikan gambaran secara jelas mengenai bagaimana proses dan efektivitas kampanye politik di media sosial akun Instagram @ganjarpranowo pada Kampanye Pemilihan umum Jawa Tengah 2018.

Pembatasan penelitian ini, tujuannya peneliti lebih fokus pada tema penelitian ini maka situs dalam penelitian ini akun Instagram @ganjarpranowo pada Kampanye Pemilihan umum Jawa Tengah 2018.

Penelitian ini yang menjadi subyek penelitian adalah akun Instagram @ganjarpranowo.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder Data sekunder dalam penelitian ini data yang diambil melalui aplikasi Instagram @ganjarpranowo pada Kampanye Pemilihan umum Jawa Tengah 2018.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan mengamati postingan yang dilakukan ganjar pranowo pada Kampanye Pemilihan umum Jawa Tengah 2018 di akun instagram @ganjarpranowo.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis berdasarkan model Wacana Van Dijk yang mengamanatkan tiga langkah pengumpulan data dan analisis terhadap postingan yang dimunculkan dalam akun@ganjarpranowo pada Kampanye Pemilihan umum Jawa Tengah 2018, Tiga dasar untuk menganalisis berupa Struktur Makro yaitu teks, Super Struktur yaitu kognisi sosial dan Struktur Mikro yaitu konteks sosial.

## **E. PEMBAHASAN**

Hasil pengamatan di Instagram akun @ganjarpranowo untuk Target yang ingin dicapai dari kegiatan yang berorientasi pada hasil proses yang direncanakan disajikan bentuk foto-foto dibawah ini:



ganjar\_pranowo • Ikuti

ganjar\_pranowo • Senang melihat wajah2 senang.. warga Grobogan yg sehat, ceria & semangat.. Apa produk dari Grobogan yg terkenal?

194 ming

rienaharry Terimakasihh pak Ganjar

25,702 tayangan

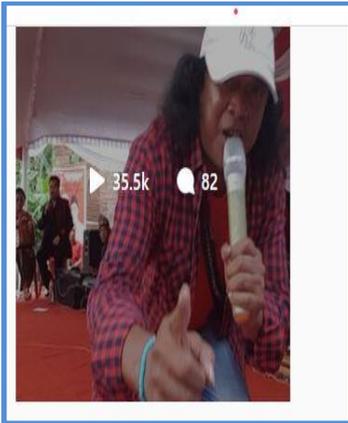
6 MEI 2018

The screenshot shows an Instagram post. The main image is a video frame showing a large crowd of people holding red flags. In the foreground, a man with grey hair is smiling and pointing towards the crowd. The post is by the user 'ganjar\_pranowo' and has 25,702 views. The caption reads: 'Senang melihat wajah2 senang.. warga Grobogan yg sehat, ceria & semangat.. Apa produk dari Grobogan yg terkenal?'. There is a comment from 'rienaharry' saying 'Terimakasihh pak Ganjar'. The post was made on May 6, 2018.



Gambar 1 Kampanye di Grobogan

Ganjar pranowo melakukan kampanye digrobogon hasil upload kampanye yang menyukai sebanyak 25.7 k dalam instagram 131 komen, sayang komennya dikunci sehingga publik tidak bisa membaca, hanya terlihat 1 komen dengan mengatakan terima kasih bp Ganjar. Kegiatan yang dilakukan Ganjar Panowo selama di Grobogan, Ganjar Pranowo melakukan pendekatan dengan warga Grobogan dengan senam besama. Hasil uploadnya tersebut masyarakat Grobogan sangat sumringah dengan senang hati dengan kedatangan Ganjar Pranowo artinya Ganjar Pronowo sudah memiliki poin suara dalam Pemilihan Gubernur.



ganjar\_pranowo • Ikuti

ganjar\_pranowo Pagi td ke pasar Rel Ban Blora. Para pedagang mengeluh tentang pasar baru yang sepi pembeli. Akibatnya para pedagang lebih memilih berjualan di pinggir jalan yang lebih banyak pembeli. Saya segera mencarikan solusi, berbicara dengan Bupati Blora.

199 ming

4.352 suka  
4 APRIL 2018

Tambahkan komentar... Kirim





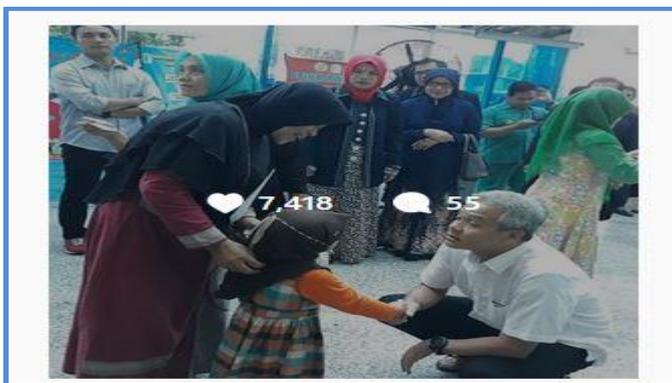
**Gambar 2 Kampanye di Blora**

Hasil uploadtannya Ganjar pranowo melakukan kampanye di Kab Blora, Ganjar Pranowo tidak menunjukkan saat kampanye, kegiatannya saat berada di Blora mendatangi para penjual dipinggiran, Ganjar Parnowo melakukan pendekatan dengan memperhatikan para pedagang, seperti yang ditulis komennya diinstagram “Pagi tadi kepasar Rel Pasar Blora.Para pedagang mengeluh tentang pasar baru yang sepi pembeli akibatnya para pedagang lebih memilih berjualan dipinggir jalan yang lebih banyak pembeli. Saya Segera mencari solusi berbicara dengan Bupati Blora” Dari komennya tersebut Ganjar Pranowo merasa peduli yang ditunjukkan, tetapi sayangnya kegiatan mengenai mencari solusi tidak diupload diinstagram.



Gambar 3 Kampanye di Wonosobo

Hasil Uploadnya tidak memuat kampanye, hanya mengupload foto pendukungnya dengan menulis komen “Mereka menyebut dirinya DG: Dulur Ganjar kumpul di Wonosobo”. Dalam postingannya disukai sebanyak 15 ribu dan mendapat komen sebanyak 36, salah satu komen tersebut seperti yang diungkapkan oleh ermin\_efendi” Semoga setelah Jateng 1 karier politik Bapak bisa melenggang ke RI suatu saat nanti sebagai generasi muda saya Cuma bisa mendoakan dan mengawasi kinerja Bapak @ ganjar pranowo semangat Bapak. Dari tanggapan postingan tersebut dari komen ganjar pranowo, Ganjar pranowo menunjukkan bahwa dirinya merasa lebih dekat dengan warga wonosobo dengan menyebut dulur ganjar.





Gambar 4 Kunjungan Ganjar di Purbalingga

Hasil uploadnya menunjukkan bahwa Ganjar pranowo berada di Purbalingga, memberi komen Mas Arif Prasetyo petani padi organik dari Purbalingga jumlah bulir dalam 1 malai 471, pupuk full organik 1 ha bisa menghasilkan sekitar 9 ton. Komen tersebut Ganjar memberi tahu tentang jumlah pupuk, dalam instagram saat kunjungan di wonosobo tidak memunculkan kampanye.





Gambar 5 Kunjungan Ganjar Pranowo di Batang

Hasil upload saat Ganjar kunjungan di Batang, Ganjar bersama dengan para ibu-ibu kalau mereka mendukung Ganjar dengan memberikan tanda telunjuk 1, dalam komennya Ganjar menulis Perempuan-perempuan hebat Batang yang siap memenangkan Ganjar-Yasin. Terima-kasih ibu salam buat Keluarga dan warga. Ganjar Pranowo memasarkan dengan memberi pujian dengan sebutan perempuan-perempuan hebat karena mendukungnya.



Gambar 6 Kunjungan di Kendal

Dilihat pada gambar tersebut Ganjar Pranowo berkunjung di Kendal, Ganjar Pranowo menulis komen “Ayo KB Bapak-bapak, ibu-ibu dan anak-anak ditempat pelelangan ikan Di Kendal”. Kalimat yang ditulis Ganjar Pranowo ini sangat membingungkan karena menulis ayo KB bawahnya bapak-bapak, ibu-ibu, dan anak-anak di pelelangan Ikan. Postingan tersebut salah satu komen agung\_wahyudi :” Pak Ganjar, tolong ditinjau jalan kaliwungu-boja Kendal

banyak yang rusak, kalau hujan sangat berbahaya dilewati terima kasih, Salam Gayeng”  
Komen tersebut tidak menunjukkan adanya respon dari ganjar Pranowo, artinya dengan kampanye melalui instagram meberikan kesempatan warga untuk mengemukakan masalah yang berhubungan dengan daerah tersebut.



Gambar 7 Kunjungan di Banyumas

Dilihat pada gambar tersebut Ganjar mengadakan kunjungan di Banyumas, dilihat dari komennya yang ditulis “Kesenian kentongan Banyumas selalu mengiringi perhelatan ceira, riang gembira. Upload fotonya adalah warga banyumas, hal tersebut menunjukkan cara untuk mendapatkan suara terbanyak Ganjar datang perkab untuk memperkenalkan bahwa dirinya calon gubernur, tujuannya ganjar datang per kabupaten Warga tahu ini lho Ganjar Paranowo.



Gambar 8 Kunjungan Di Tegal

Gambar 8 menunjukkan bahwa postingan foto yang diupload Ganjar Pranowo berada di Tegal, menunjukkan bahwa banyak yang mendukung dengan menyebut “Deklarasi Relawan #GanjarYasin Kab. Tegal. Terimakasih atas dukungannya”. Foto tersebut terlihat spanduk dengan foto Ganjar Pranowo dan pasangannya, juga tertulis misi pasangan tersebut yaitu Mboten Korupsi, Mboten Ngapusi tetep nyoblos no 1. Misi tersebut bahwa Pranowo dan pasangannya apabila terpilih misi yang dipegang adalah tidak korupsi dan tidak membohongi rakyat ini sebuah bahasa marketing untuk membujuk warga untuk memilihnya. Misi tersebut bertujuan untuk membuat simpati Warga Jawa Tengah untuk mempercayainya.



Gambar 9 Kunjungan Ganjar di Banjarnegara

Gambar 9 tersebut Ganjar bersama masyarakat Banjarnegara dalam komennya tertulis” Kawan-kawan dari PDI Perjuangan Banjarnegara siap bekerja. Sehat Selalu, Jaga semangat & Kekompakan#VlogGanjar”, Tulisan tersebut bahwa Ganjar menunjukkan kepedulian dan kebersamaan dengna teamnya yaitu PDI Perjuangan yang berada di Banjarnegara.



Gambar 10 Ganjar di Semarang

Gambar 10 menunjukkan Ganjar mengisi acara konsolidasi seperti yang dikutip dalam komennya “Siang tadi hadir acara konsolidasi Pilkada Serentak Partai Golkar di Semarang. Terimakasih Partai Golkar yang sudah mendukung#GanjarYasin di Pilgub Jateng 2018”. Ganjar sudah mendapat dukungan dari Partai Golkar mendapat poin untuk penambahan suara dalam saat Pilkada.

Tabel 1 Matrik Program yang dilakukan Ganjar Pranowo

No	Program	Kegiatan	Jumlah Like	Comment
1	Kampanye di Grobogan	Masyarakat Grobogan semua golongan dengan Ganjar diatas panggung	25.7 K	Terima kasih bp Ganjar
2.	Kampanye di Blora	Mengunjungi Pedagang di Pasar Blora	4.352	Pagi tadi kepasar Rel Pasar Blora.Para pedagang mengeluh tentang pasar baru yang sepi pembeli akibatnya para pedagang

				lebih memilih berjualan dipinggir jalan yang lebih banyak pembeli. Saya Segera mencarikan solusi berbicara dengan Bupati Blora
3.	Kampanye di Wonosobo	Kampanye di gedung Partai PDI Wonosobo	15k	Semoga setelah Jateng 1 karier politik Bapak bisa melenggang ke RI suatu saat nanti sebagai generasi muda saya Cuma bisa mendoakan dan mengawasi kinerja Bapak
4.	Kampanye di Purbalingga	Bekunjung di Rumah Sakit Purbalingga	2.418	Pelayanan Rumah Di Purbalingga petugasnya ramah.
		Diskusi dengan para petani lewat online, membahas Pupuk Organik	19.331	Mas Arif Prasetyo petani padi organik dari Purbalingga jumlah bulir dalam 1 mulai 471, pupuk full organik 1 ha bisa menghasilkan sekitar 9 ton
5.	Kampanye di Batang	Bekunjung dan foto bersama dengan ibu-ibu pendukung Ganjar	4444	Perempuan-perempuan hebat Batang yang siap memenangkan Ganjar-Yasin
6.	Kampanye di Kendal	Berkunjung ditempat pelelangan Ikan	13298	Ayo KB, Dan ditinjau jalan kaliwungu-Boja Kendal banyak yang rusak, kalau hujan sangat berbahaya dilewati terima kasih, Salam Gayeng.
7.	Kampanye di Banyumas	Kampanye di Banyumas, masyarakat menggunakan baju adat Bonokeling	10.963	Kami dari Demak berharap Bapak memimpin yang kedua apalagi sama Gus Yasin, Bismillah jadi
8.	Kampanye di Tegal	Mengunjungi deklasi relawan	4.816	Terima kasih atas dukungannya.Golek ganjaran
9.	Kampanye di Banjarnegara	Mengunjungi Partai PDI di Banjarnegara	11.742	Kawan-kawan dari PDI Perjuangan Banjarnegara siap bekerja. Sehat

				Selalu, Jaga semangat & Kekompakan, Jasa bersih-bersih
10.	Kampanye di Semarang	Mengunjungi Partai Golkar	6.077	Terimakasih Partai Golkar yang sudah mendukung#GanjarYasin di Pilgub Jateng 2018

Tabel 2 Hasil Pengamatan Kampanye Ganjar Pranowo di Media Sosial Instagram

Regulasi	Kampanye Ganjar Pranowo
Dilarang membawa anak-anak	Tidak ditemukan
Ujaran kebencian	Tidak ditemukan
1 (Satu) spot berdurasi paling lama 30 (tiga puluh) detik untuk setiap media sosialsetiap hari untuk iklan di media sosial	Sesuai

Target yang ingin dicapai dari kegiatan yang berorientasi pada hasil proses yang direncanakan. Target dalam kampanye adalah suara terbanyak dan menjadi Gubernur Jawa Tengah. Program yang sudah diterapkan dalam rencana kampanye berjalan sesuai dengan regulasi yang ditetapkan pemerintah, sehingga tujuan kemenangan Ganjar Pranowo terwujud. laporan hasil rekapitulasi pilkada gubernur Jawa Tengah 2018 hasil penghitungan suara Ganjar-Yasin memperoleh persentase 58,78 persen dengan perolehan 10.362.694 suara. Sementara itu, pasangan Sudirman Said-Ida Fauziah memperoleh persentase 41,22 persen dengan perolehan 7.267.993 suara. Adapun rinciannya, dari 154 kabupaten dan kota, Terdapat 105 daerah yang telah melakukan rekapitulasi suara dan penetapan hasil pemilihan.

Hasil penghitungan suara Ganjar-Yasin memperoleh persentase 58,78 persen dengan perolehan 10.362.694 suara. Dari 154 kabupaten dan kota, Terdapat 105 daerah yang telah melakukan rekapitulasi suara dan penetapan hasil pemilihan.

## F. KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil penelitian, maka kesimpulan yang didapat antara lain:

1. Penggunaan media sosial instagram dalam kampanye politik Ganjar Pranowo pemilihan gubernur Jawa Tengah tahun 2018

a. Segi Material

Kampanye politik melalui Media Instagram, tidak banyak mengeluarkan material yang lebih banyak dibandingkan tanpa menggunakan media sosial Instagram.

b. Segi Waktu

Kampanye melalui media sosial instagram hanya membutuhkan waktu sedikit sekali kampanye bisa memperlihatkan pada masyarakat luas dibandingkan tanpa media sosial yang harus bisa bertemu masyarakat sekabupaten.

c. Segi Hasil

Kampanye menggunakan media sosial instagram mampu menghasilkan suara yang lebih maximal karena kecepatan akses intagram yang bisa memperluas upload setiap kegiatan kampanye yang diposting.

2. Kelebihan Dalam Penggunaan media sosial instagram Ganjar Pranowo dalam kampanye politik pemilihan Gubernur Jawa Tengah tahun 2018

a. Mempermudah Bawaslu dalam pengawasan

b. Masyarakat secara langsung bisa mengikuti kampanye yang dilakukan Ganjar Pranowo.

c. Ganjar Pranowo bisa meramalkan apakah bisa menang atau kalah dilihat dari folloer yang memberi like setiap kegiatan kampanye.

Kekurangan Dalam Penggunaan media sosial instagram Ganjar Pranowo dalam kampanye politik pemilihan Gubernur Jawa Tengah tahun 2018

- a. Bawaslu tidak bisa mengadakan pengawasan secara detail, sebab Ganjar Pranowo tidak semua kegiatannya diupload
- b. Masyarakat tidak bisa melihat langsung kebenaran kampanye yang dilakukan, dalam isntagramnya hanya berisi kalimat-kalimat yang manis
- c. Tidak bisa menilai apakah calon calon tersebut berkualitas atau tidak.
- d. Media sosial instagram pemilihan pemimpin dipandang kelas yang sangat rendah karena sekelas dengan produk yang dijual yang tidak tahu apakah produk-produk tersebut sesuai.
- e. Para Calon tidak bisa mengapload semua kegiatannya, karena dibatasi waktu seperti mengapload video hanya 30 detik, maka tidak semua kegiatan terlihat di instagram.
- f. Warga yang tidak memiliki Handphone dan masih gaptek mungkin tidak bisa mengikuti kampanye yang dilakukan Ganjar Pranowo.
- g. Apabila didaerah yang kualitas internet masih buruk, secara otomatis tidak bisa mengupload video saat kampanye.

## **G. SARAN**

Berdasarkan pengamatan dan penelitian teliti terhadap kampanye politik Ganjar Pranowo di media sosial Instagram, ada saran yang ingin peneliti sampaikan:

1. Saran untuk pembaca atau peneliti khususnya mahasiswa/i ilmu politik dan pemerintahan yang tertarik dengan penggunaan media sosial sebagai media komunikasi politik disarankan untuk memperdalam subjek subjek lain terkait penggunaan media sosial agar mendapatkan hasil yang lebih komprehensif.
2. Bagi Ganjar Pranowo, dalam memposting video mungkin harus konsisten dan selalu update. Karena ada beberapa postingan kegiatan yang dilakukan hari ini, besok baru di upload.

3. Bagi KPU seharusnya mengawasi di sektor kemajuan teknologi khususnya media sosial, apakah ada penyimpangan kampanye atau bahkan segala bentuk penyebaran isu-isu untuk menjatuhkan para lawan.

## H. DAFTAR PUSTAKA

- Ardha, 2014, *social media sebagai media Kampanyepartai politik 2014 di Indonesia*, Jurnal Jurnal Visi Komunikasi Volume 13, No. 01
- Anwar, 2019, *mengkaji efektifitas kampanye politik dalam perspektif public relations*, Jurnal ETTISAL Journal of Communication, Vol. 4, No. 1
- Chairunnisa, 2021, *Evaluasi pelaksanaan kampanye melalui media sosial pada pemilihan umum kota makassar tahun 2020 di tengah pandemi covid 19*, Skripsi Fakultas Ilmu sosial & ilmu politik Universitas Hasanuddin Makassar
- Fatimah, 2018, *Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu*, Jurnal Resolusi Vol. 1 No. 1
- Krisnanto, 2020, *strategi pemasaran politik pada era digital: pemanfaatan instagram dalam Kampanyepolitik pada pilgub dki Jakarta 2017*, Jurnal Universitas Undip
- Isa, 2021, *analisis isi kualitatif instagram Ganjar pranowo terkait manajemen kesan selama periode 1 april 2020 hingga 1 mei 2020*, Publikasi Ilmiah
- Muasaroh, 2010., *Aspek – Aspek Efektivitas*. Yogyakarta: Literatur Buku. Hal 13. <http://literaturbook.blogspot.com/2014/12/pengertian-efektivitas-dan-landasan.html>
- Priandi, 2021, *efektivitas kampanye dalam jaringan: studi kasus pemilihan kepala daerah kabupaten luwu timur sulawesi selatan*, Jurnal Analisa Sosiologi
- Sari, 2021, *Efektivitas Kampanyepolitik di media sosial pada pemilihan kepala daerah tahun 2018 di kecamatan sajoanging kabupaten Wajo*, Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Muhammadiyah Makassar
- <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/> diakases 02 Januari 2022
- [https://id.wikipedia.org/wiki/Pemilihan\\_umum\\_Gubernur\\_Jawa\\_Tengah\\_2018#Kandidat](https://id.wikipedia.org/wiki/Pemilihan_umum_Gubernur_Jawa_Tengah_2018#Kandidat) diakses 15 Januari 2022