

Analisis Isi Konten Instagram Ganjar Pranowo pada Masa Periode Kampanye Pemilu 2024

Ichsan Rinanto¹, Edy Nurwahyu Julianto²

¹Ilmu Komunikasi, Universitas Semarang, Semarang, Indonesia
ichsan.rinanto@gmail.com, edinurwahyu@usm.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis isi pesan dalam konten Instagram Ganjar Pranowo selama periode kampanye Pemilu 2024 dengan tujuan mempertahankan dan memperbaiki citra politiknya serta meningkatkan elektabilitasnya sebagai Calon Presiden 2024. Dengan landasan teori *The Nine Block Conversation Planner* oleh Lois Kelly, penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode observasi non-partisipan dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten Instagram Ganjar Pranowo mengandung beberapa tema pesan dari teori tersebut, seperti *Aspirations and Beliefs, David vs Goliath, Avalanche About to Roll, Contrarian/Counterintuitive/Challenging Assumptions, Personalities/Personal Stories, Glitz and Glam, serta Seasonal/Event-Related*. Tema pesan yang tidak terkandung yaitu *Anxieties* dan *How to*. Tema pesan yang banyak ditemukan dalam konten Instagram Ganjar Pranowo yaitu *Aspirations and Beliefs* yang mengangkat tema ajakan khalayak untuk berinteraksi membangun kepercayaan. Ganjar Pranowo telah menerapkan strategi yang baik selama berkampanye melalui media sosial Instagram, namun pada faktanya tidak cukup untuk meningkatkan elektabilitasnya.

Kata Kunci: Instagram; Isi Pesan; Konten; Calon Presiden

ABSTRACT

This research analyzes the content of messages in Ganjar Pranowo's Instagram content during the 2024 Election campaign period with the aim of maintaining and improving his political image and increasing his electability as a 2024 Presidential Candidate. Based on the theory of The Nine Block Conversation Planner by Lois Kelly, this research uses a qualitative descriptive approach with the method non-participant observation and literature study. The research results show that Ganjar Pranowo's Instagram content contains several message themes from this theory, such as Aspirations and Beliefs, David vs Goliath, Avalanche About to Roll, Contrarian/Counterintuitive/Challenging Assumptions, Personalities/Personal Stories, Glitz and Glam, and Seasonal/Event -Related. The message themes that are not contained are Anxieties and How to. The message theme that is often found in Ganjar Pranowo's Instagram content is Aspirations and Beliefs, which carries the theme of inviting the audience to interact to build trust. Ganjar Pranowo has implemented a good strategy while campaigning via social media Instagram, but in fact it is not enough to increase his electability.

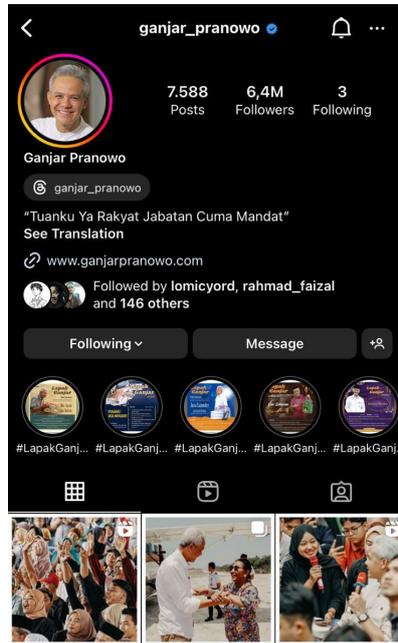
Keywords: Instagram; Message Content; Content; Presidential Candidates

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang menerapkan sistem pemerintahan presidensial yaitu sistem pemerintahan yang satu ini menyerahkan kekuasaan pemerintahan pada pihak eksekutif yang terpilih lewat Pemilihan Umum dan dipimpin oleh seorang presiden dan wakilnya. (Suryadi, 2016:1). Sebelum terlaksana pemilihan umum, calon presiden dan wakilnya melakukan tindakan komunikasi yang bertujuan memengaruhi khalayak sasaran yang disebut dengan kampanye (Jamaludin, 2018).

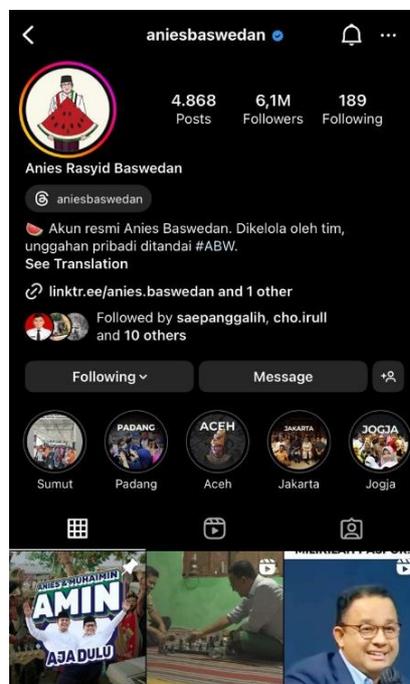
Dengan diselenggarakannya Pemilu ke-13 yang diselenggarakan pada tanggal 14 Februari 2024, Calon Presiden di Indonesia juga semakin membranding dirinya masing-masing guna memikat hati masyarakat agar dapat dipilih. Setiap kandidat pemimpin politik perlu membentuk figur, popularitas, dan tampilan fisik yang mampu mendapatkan simpati pemilih dan mempengaruhi elektabilitas. Seiring dengan berkembangnya teknologi digital, banyak kandidat yang melakukan promosinya melalui media digital dengan alasan dapat lebih banyak menjangkau banyak khalayak. Salah satu masalah yang kerap muncul dalam Pemilu yaitu kampanye hitam (*black campaign*) yang sering dilakukan oleh salah satu kandidat atau tim kampanye kandidat tersebut untuk menjatuhkan kandidat lainnya. Saat ini, *black campaign* dilakukan dengan menggunakan media yang lebih canggih, seperti menggunakan media sosial. Oleh karena itu, Calon Presiden dalam menjelang pemilu harus berupaya menjaga agar namanya tetap dikenal baik dan meningkatkan personal branding pada dirinya. (Law.ui, 2023). Dikutip dari Platform Digital SiCaleg, kampanye politik digital atau branding dari calon presiden melalui media sosial memiliki kelebihan dibandingkan menggunakan kampanye secara manual diantaranya penyebaran lebih mudah dan dapat menjangkau lebih banyak khalayak, serta tidak terbatas waktu serta efisien (SiCaleg, 2022).

Media sosial yang lebih sering digunakan sekarang adalah Instagram. Ganjar Pranowo memanfaatkan media sosial instagram untuk berinteraksi dengan masyarakatnya dengan akun instagramnya yaitu @Ganjar_Pranowo. Ganjar Pranowo sendiri memiliki keunikan yang tidak dimiliki oleh pesaingnya yaitu Ganjar Pranowo memiliki strategi kreatif dan sering membuat sebuah konten berkunjung ke daerah-daerah yang terpencil dan jarang terekspos media. Ganjar Pranowo mengatakan, dari media sosial, ia mampu bertemu dengan banyak masyarakat, bahkan yang berada di pelosok. Sehingga hal tersebut yang menjadi keunggulan Ganjar Pranowo dibandingkan dengan Calon Presiden lainnya.



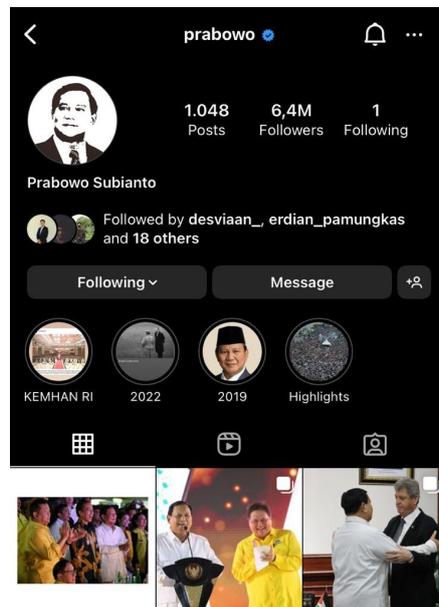
Gambar 1. 1 Profil Instagram Ganjar Pranowo

Sumber : Instagram



Gambar 1. 2 Profil Instagram Anies Baswedan

Sumber : Instagram



Gambar 1. 3 Profil Instagram Prabowo Subianto

Sumber : Instagram

Berdasarkan hasil screenshot tersebut menunjukkan total pengikut dari Ganjar Pranowo memiliki jumlah yang sama dengan salah satu calon pesaingnya yaitu Prabowo Subianto. Namun, jumlah postingan pada akun instagram Ganjar Pranowo lebih tinggi dari calon presiden lainnya. Sehingga, dapat dikatakan Ganjar Pranowo merupakan Calon Presiden paling aktif diantara calon presiden lainnya terlihat dari jumlah postingannya jauh lebih banyak.

Berdasarkan fenomena diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu Bagaimanai isi pesan konten instagram Ganjar Pranowo pada masa periode kampanye Pemilu 2024 dalam upaya menjaga citra pada dirinya dan meningkatkan elektabilitasnya. Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui Elektabilitas Ganjar Pranowo Sebagai Calon Presiden. Selain itu, penting juga untuk melibatkan para generasi milenial agar lebih melek terhadap isu politik dan lebih bijak dalam bermedia sosial di Instagram karena perbedaan pilihan politiknya di 2024.

Terdapat manfaat dalam penelitian ini antara lain, manfaat teoritis yang diharapkan dapat memberi sumbangan pemikiran para studi ilmu komunikasi, khususnya kajian analisis isi pesan dalam konten pada media sosial instagram Ganjar Pranowo. Manfaat Praktis yaitu Dapat menambah pengetahuan dan ilmu komunikasi serta referensi bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Semarang. Kemudian manfaat lainnya yaitu dapat memberikan pengetahuan baru dan setelah peneliti mengetahui elektabilitas ganjar pranowo sebagai calon presiden, akan memberikan pengetahuan kepada masyarakat untuk mempertimbangkan siapa yang memiliki kecakapan dan pantas menduduki suatu jabatan dalam pemerintahan yaitu dalam hal ini adalah Presiden.

Pada penelitian ini, peneliti melakukan pemetaan data analisis secara lebih lanjut untuk mengetahui bagaimana isi pesan dalam konten Instagram Ganjar Pranowo pada masa periode kampanye Pemilu 2024.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menggunakan metode deskriptif kualitatif dalam penelitian ini dengan mempertimbangkan tujuan penelitian yaitu mengetahui Analisis Isi Pesan dalam Konten Instagram Ganjar Pranowo pada Masa Periode Kampanye Pemilu 2024. Penelitian ini mendeskripsikan isi pesan pada konten yang dibuat oleh Ganjar Pranowo menjelang pemilu dalam upaya *personal branding* pada dirinya. Apakah konten Ganjar Pranowo menjelang pemilu selalu berupa kampanye dan konten seperti apa yang membuat Ganjar Pranowo mampu menumbuhkan *word of mouth* di tengah masyarakat sebagai figur calon presiden yang memiliki elektabilitas serta apakah strategi Ganjar Pranowo dalam membuat konten dapat meningkatkan elektabilitasnya.

Dalam hal ini, apabila dilihat dari jenis sumbernya, dalam penelitian ini ada dua jenis data yang bisa digunakan yaitu sumber data primer dan sekunder. Data primer merupakan informasi yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumbernya. Dalam hal ini peneliti bertindak sebagai pengumpul data. Sedangkan data sekunder adalah informasi yang telah dikumpulkan pihak lain. Jadi peneliti tidak langsung memperoleh data dari sumbernya. Di sini peneliti bertindak sebagai pengguna data (Susanto, 2006:125-126).

Dalam mendapatkan data primer, peneliti mengumpulkannya secara langsung melalui sumber data. Sumber data primer pada penelitian ini yaitu menggunakan metode visual berupa hasil screenshot pada postingan instagram @Ganjar_Pranowo.

Data sekunder merupakan data pendukung yang dapat memperkuat data primer. Penelitian ini sumber data sekunder yang dipakai adalah sumber tertulis seperti sumber buku, jurnal, sumber informasi melalui internet, dokumen - dokumen yang dapat memperkuat data dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Pada penelitian ini menggunakan teknik sampling Purposive Sampling merupakan teknik pengumpulan sampel/informan sumber data dengan adanya pertimbangan tertentu (Budiasni & Darma, 2020:51). Adapun kriteria berdasarkan purposive sampling yang diambil oleh peneliti yaitu :

1. Konten instagram yang muncul pada akun @Ganjar_Pranowo.
2. Konten instagram yang muncul di akun @Ganjar_Pranowo pada periode kampanye 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024.
3. Konten yang muncul pada akun @Ganjar_Pranowo yang berkaitan dengan kegiatan kampanye Pemilu 2024.

Teknik Pengumpulan Data pada penelitian ini menggunakan metode observasi dan studi pustaka. Penelitian ini akan menggunakan teknik observasi tidak langsung atau sering disebut observasi non partisipan. Observasi tidak langsung merupakan pengamatan yang dilakukan tidak pada saat berlangsungnya peristiwa yang diselidiki atau diamati. Peneliti melakukan fokus observasi pada konten postingan akun *instagram* @Ganjar_Pranowo dan postingan yang akan diobservasi yang berkaitan dengan konten pada periode pemilu 2024.

Salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat dan menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subyek sendiri atau orang lain tentang subyek. Teknik dokumentasi atau studi dokumentasi merupakan cara yang dapat dilakukan

peneliti untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subyek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang tertulis/dibuat langsung oleh subyek yang bersangkutan (Herdiansyah, 2012:143). Informasi atau jenis dokumen yang dapat diperoleh adalah dokumen pribadi seperti buku harian, dokumen resmi, laporan, memo, pengumuman dan lainnya kemudian data lain seperti literatur dan foto juga termasuk didalamnya.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik tringulasi data atau sumber. Teknik tringulasi yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan beberapa hal diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding data tersebut. Tringulasi ada empat macam, yaitu tringulasi peneliti, metode, teori, dan sumber (Bungin, 2005:256). Tringulasi sumber atau data merujuk pada upaya peneliti untuk mengakses sumber-sumber yang lebih bervariasi guna memperoleh data berkenaan dengan persoalan yang sama. Peneliti bermaksud menguji data yang diperoleh dari satu sumber untuk dibandingkan dengan data sumber lain. Sumber-sumber keabsahan peneliti yaitu mengenai isi pesan pada konten instagram Ganjar Pranowo menjelang pemilu 2024 yang telah dipilih dan diolah oleh peneliti dari data buku, jurnal, dan website.

Teknik Analisis Data yang dilakukan berdasarkan teori *The Nine Blocks Conversation Planner* menurut Kelly (Kelly, 2007) yaitu melalui tiga tahap, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data merupakan analisis data dengan cara memilih hal yang pokok dan memfokuskan pada pembahasan yang penting yang sesuai dengan topik penelitian, kemudian memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. (Sugiyono, 2018:249). Dalam tahap ini, peneliti memilih hal pokok yaitu isi pesan pada konten Instagram Calon Presiden yaitu Ganjar Pranowo, kemudian peneliti akan menyeleksi untuk memfokuskan pembahasan sesuai topik penelitian yaitu bagaimana analisis isi pesan dalam Konten Instagram Ganjar Pranowo pada Masa Periode Pemilu 2024. Penyajian data yang sering digunakan untuk data kualitatif adalah dalam bentuk teks naratif. Akan tetapi, teks naratif dalam jumlah yang besar melebihi beban kemampuan manusia dalam memproses informasi, Manusia tidak cukup mampu memproses informasi yang besar jumlahnya, kecenderungan kognitifnya adalah menyederhanakan informasi yang kompleks ke dalam kesatuan bentuk yang disederhanakan dan selektif atau konfigurasi yang mudah dipahami (Ghazali, 2018). Pada tahap ini, data-data yang telah diperoleh berupa konten instagram disusun lalu disajikan agar dapat memudahkan peneliti dalam memahami apa yang terjadi terkait fenomena atau permasalahan yang sedang diteliti tersebut. Kegiatan analisis ketiga adalah menarik kesimpulan. Ketika kegiatan pengumpulan data dilakukan, seorang penganalisis kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan, polapola, penjelasan, alur sebab akibat, dan proposisi. Kesimpulan yang mula-mulanya belum jelas akan meningkat menjadi lebih terperinci. Kesimpulan-kesimpulan akan muncul bergantung pada besarnya kumpulan-kumpulan catatan lapangan, dan metode pencarian ulang yang digunakan, kecakapan peneliti. Dalam tahap ini dilakukan penarikan kesimpulan atau proses pengambilan intisari dari data-data yang telah diperoleh kemudian disusun dan disajikan kedalam bentuk pernyataan yang singkat dan padat akan tetapi dapat memberikan penjelasan atau penjabaran yang menyeluruh. Data yang telah didapatkan pada konten akun Ganjar Pranowo akan dikumpulkan dan dianalisis kemudian akan mendapatkan hasil dari penelitian tersebut yang berupa Analisis Isi Pesan dalam Konten Instagram Ganjar Pranowo pada Masa Periode Kampanye Pemilu 2024.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pemetaan, observasi dan penelitian yang peneliti kemukakan, Ganjar Pranowo dapat menjaga citra dirinya dan lebih meningkatkan elektabilitasnya melalui media sosial Instagram. Ganjar sendiri menggunakan media sosial Instagram untuk kebutuhan kampanye digitalnya. Dalam penelitian tersebut, peneliti mendapatkan hasil bahwa terdapat unggahan konten Instagram Ganjar Pranowo pada periode kampanye Pemilu 2024 telah menerapkan 7 dari 9 konsep *The Nine Block Conversation Planner* yaitu tema pesan *Aspirations and Beliefs*, *David vs Goliath*, *Avalanche About to Roll*, *Contrarian / Counterintuitive / Challenging Assumptions*, *Personalities / Personal Stories*, *Glitz and Glam*, dan *Seasonal / Event-Related*. Jumlah konten yang memuat tema pesan *The Nine Block Conversation Planner* sebanyak 66 unggahan, 32 konten *video reels*, 33 konten *carousel*, dan 1 konten *single post*.

Tabel 1. 1 Pemetaan konten unggahan akun Instagram Ganjar Pranowo

Analisis	Indikator	Frekuensi	Presentase
Pesan <i>The Nine Block of Conversation Planner</i> pada konten akun Instagram Ganjar Pranowo pada masa periode kampanye Pemilu 2024	<i>Aspiration and Beliefs</i>	41	62,12%
	<i>David vs. Goliath</i>	2	3,03%
	<i>Avalanche About to Roll</i>	11	16,67%
	<i>Anxieties</i>	0	0%
	<i>Contrarian / Counterintuitive / Challenging Assumptions</i>	1	1,51%
	<i>Personalities / Personal Stories</i>	2	3,03%
	<i>How-to</i>	0	0%
	<i>Glitz and Glam</i>	7	10,61%
	<i>Seasonal / Event-Related</i>	2	3,03%
Bentuk Konten	<i>Video Reels</i>	32	48.48%
	<i>Carousel</i>	33	50%
	<i>Single Post</i>	1	1,52%

Berdasarkan hasil pemetaan, observasi dan penelitian yang peneliti kemukakan, Ganjar Pranowo dapat menjaga citra dirinya dan lebih meningkatkan elektabilitasnya melalui media sosial Instagram. Ganjar sendiri menggunakan media sosial Instagram untuk kebutuhan kampanye digitalnya. Dalam penelitian tersebut, peneliti mendapatkan hasil bahwa terdapat unggahan konten Instagram Ganjar Pranowo pada periode kampanye Pemilu 2024 telah menerapkan 7 dari 9 konsep *The Nine Block Conversation Planner* yaitu tema pesan *Aspirations and Beliefs*, *David vs Goliath*, *Avalanche About to Roll*, *Contrarian / Counterintuitive / Challenging Assumptions*, *Personalities / Personal Stories*, *Glitz and Glam*, dan *Seasonal / Event-Related*. Jumlah konten yang memuat tema pesan *The Nine Block Conversation Planner* sebanyak 66 unggahan, 32 konten *video reels*, 33 konten *carousel*, dan 1 konten *single post*.

Konten yang mengandung tema *Aspiration and Belief* terdapat sebanyak 41 konten dengan 16 *video reels*, 24 *carousel*, dan 1 *single post*. presentase 61,12%. Tema pesan ini berfokus pada aspirasi atau harapan audiens dan keyakinan atau nilai yang dipegang oleh audiens. Pesan dengan tema ini dapat menarik perhatian audiens dan menginspirasi mereka untuk bertindak (Kelly, 2007). Pada akun Instagram Ganjar Pranowo pesan ini muncul pada konten yang berisi tentang aktivitas berdialog dan menyerap aspirasi masyarakat di daerah, konten diskusi dalam acara yang digelar oleh Ganjar Pranowo beserta tim-nya, serta kunjungan ke beberapa daerah di Indoensia. Kalimat ajakan yang

tertera dalam *caption* juga mengajak masyarakat atau netizen untuk berdialog pada kolom komentar.

Konten yang mengandung tema pesan David vs. Goliath hanya terdapat 2 konten dalam bentuk video *reels* dengan presentase 3,03%. Tema pesan berisi cerita perjuangan dari komunikator dalam mengembangkan perjalanan karir dan pencapaian yang telah didapatkan. Pada akun Instagram Ganjar Pranowo pesan ini muncul pada konten yang berisi informasi tentang cerita perjalanan karir dari seorang Ganjar Pranowo atas pencapaiannya dalam membangun sebuah sekolah gratis saat menjabat sebagai Gubernur Jawa Tengah.

Konten yang mengandung tema pesan *avalanche about the roll* terdapat sebanyak 11 konten dengan presentase 16,67%. Pada konten yang memuat tema pesan ini terdapat 8 konten video *reels* dan 3 konten *carousel*. Tema pesan ini mengacu pada sesuatu yang besar atau signifikan yang akan segera terjadi. Pesan dengan tema ini dapat menarik perhatian audiens dan membuat mereka merasa penting untuk bertindak atau merespons pesan tersebut (Kelly, 2007). Pada akun Instagram Ganjar Pranowo, pesan ini muncul pada unggahan mengenai informasi, pengumuman dan *launching* tentang program maupun kegiatan yang akan diadakan di masa mendatang seperti Program Internet Gratis, KTP Sakti, Satu Keluarga Miskin Satu Sarjana, dan Sekolah Gratis Langsung Kerja.

Konten yang mengandung tema pesan *Anxieties* tidak ditemukan dalam akun Instagram Ganjar Pranowo. Meskipun tema pesan *Anxieties* merupakan salah satu tema pesan yang ada pada Konsep *The Nine Block Conversation Planner* oleh Kelly, dalam hal ini Ganjar Pranowo tidak menerapkan tema pesan ini dalam membuat unggahan konten pada akun Instagramnya. Tema pesan ini sendiri merupakan tema pesan yang menimbulkan rasa takut, terancam, dan khawatir sehingga mampu menarik perhatian. Seseorang biasanya lebih cepat termotivasi oleh rasa takut dan kecemasan. Dengan kata lain, apabila seseorang tidak merasa terancam dan takut, ia akan cenderung tidak memperhatikan. Tema kecemasan ini tidak hanya sebagai taktik untuk menakut-nakuti, tetapi juga dapat digunakan secara lebih proaktif untuk tujuan perubahan positif. Namun, meskipun tema ini terbilang efektif, penggunaan yang terlalu berlebihan akan menimbulkan sikap kurang percaya dari audience. Oleh karena itu, pesan dengan tema ini harus didukung dengan fakta untuk membuktikan maksud dan menjelaskan kemungkinan akibatnya. Ganjar telah mempertahankan citra dirinya demi meningkatkan elektabilitasnya sebagai calon presiden dengan tidak membuat unggahan konten dengan tema pesan *Anxieties* yang beresiko menimbulkan kekacauan di media sosial.

Konten yang mengandung tema pesan *Contrarian/Counterintuitive/Challenging Assumptions* hanya terdapat 1 konten video *reels* dengan presentase 1,51%. Tema ini berfokus pada konten yang berisikan tentang klarifikasi mengenai isu-isu yang menyangkut tentang komunikator. Pada akun Instagram Ganjar Pranowo pesan ini muncul pada konten yang berisi informasi mengenai klarifikasi mengenai *black campaign* yang dilakukan terhadap Ganjar Pranowo dengan pembelaan yang dikemas dengan baik melalui programnya yang dapat berguna bagi masyarakat pada masa mendatang.

Konten yang mengandung indikator *Personalities and Personal Stories* hanya terdapat 2 unggahan konten *carousel* dengan presentase 3,03%. Tema ini berfokus pada personalitas atau karakter dari merek, produk, atau orang yang terlibat dalam pesan. Pada akun Instagram Ganjar Pranowo, pesan ini muncul pada unggahan konten yang berisi informasi mengenai seseorang yang telah berhasil dan sukses hingga dapat membantu orang tuanya berkat peran dari sosok Ganjar Pranowo yang telah membuat sebuah sekolah gratis yaitu SMK Jateng. Selain itu, tema pesan ini juga ditemukan pada unggahan konten yang mengangkat tentang tokoh masyarakat atau tokoh penting yang telah berhasil menimbulkan pemikiran yang baik terhadap sosok Ganjar Pranowo.

Konten yang mengandung tema pesan *How to* tidak ditemukan pada unggahan akun Instagram Ganjar Pranowo selama masa periode kampanye Pemilu 2024. Meskipun termasuk dalam konsep *The Nine Block Conversation Planner*, namun dalam hal ini Ganjar Pranowo tidak menerapkan tema pesan *How to* dalam unggahan konten di akun Instagramnya.

Konten yang mengandung tema pesan *Glitz and Glam* terdapat sebanyak 7 unggahan konten, 3 konten video reels, dan 4 konten *carousel* dengan presentase 10,61%. Tema ini berfokus pada ketertarikan masyarakat dengan selebriti dengan cara berkolaborasi dalam membuat konten dengan tujuan promosi atau menaikkan engagement. Selain berkolaborasi, komunikator dapat mengemas value mereka dengan cara yang mewah. Pada akun Instagram Ganjar Pranowo, pesan ini muncul pada konten yang berisi informasi mengenai aktivitas, kegiatan maupun *event* yang dihadiri dan diselenggarakan oleh Ganjar Pranowo dengan melibatkan selebriti atau influencer seperti Slank dan Najwa Sihab.

Konten yang mengandung tema pesan *Seasonal/Event-Related* hanya terdapat 2 konten video *reels* dengan presentase 3,03%. Tema ini berfokus pada musim atau acara tertentu. Pesan dengan tema ini dapat memanfaatkan momen spesial atau perayaan hari besar. Pada akun Instagram Ganjar Pranowo pesan ini muncul pada konten mengenai ucapan hari raya atau hari besar lainnya dengan dilengkapi recap momen dari setiap event yang telah diselenggarakan.

PENUTUP

Pada dasarnya, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memetakan konten unggahan akun Instagram Ganjar Pranowo pada periode kampanye Pemilu 2024 (28 November 2023 - 10 Februari 2024) berdasarkan tema pesan dalam konsep *The Nine Block of Conversation Planner* untuk mengetahui bagaimana sosok Ganjar Pranowo mempertahankan dan menaikkan citra dirinya serta elektabilitas Ganjar Pranowo sebagai Calon Presiden 2024 guna meningkatkan, mempertahankan nama baiknya melalui media sosial Instagram.

Dari rangkaian proses penelitian yang telah dilakukan didapatkan kesimpulan bahwa terdapat 7 kecenderungan tema pesan yang sering ditampilkan dari 9 tema pesan pada konsep *The Nine Block of Conversation Planner* dalam unggahan konten akun Instagram Ganjar Pranowo sebagai upaya menjaga citra dirinya dan meningkatkan elektabilitasnya sebagai Calon Presiden 2024. Jumlah konten yang diunggah pada akun Instagram Ganjar Pranowo selama periode kampanye Pemilu 2024 sebanyak 330 unggahan konten dan yang memuat tema pesan *The Nine Block Conversation Planner* sebanyak 66 unggahan konten. Masing - masing tema pesan dalam setiap konten Instagram Ganjar Pranowo memiliki presentase sebagai berikut, *Aspirations and Beliefs* (62,12%), *David vs Goliath* (3,03%), *Avalanche About to Roll* (16,67%), *Anxieties* (0%), *Contrarian/Counterintuitive/Challenging Assumptions* (1,51%), *Personalities/Personal Stories* (3,03%), *How to* (0%) *Glitz and Glam* (10,61%), dan *Seasonal/Event Related* (3,03%).

Bentuk konten yang sering diunggah di akun Instagram Ganjar Pranowo pada periode 28 November 2023 - 10 Februari 2024 adalah konten berupa *carousel* dengan jumlah 164 unggahan dan 33 unggahan yang memuat konsep *The Nine Block Conversation Planner*. Selama periode kampanye Pemilu 2024, akun Instagram Ganjar Pranowo cenderung lebih banyak mengunggah konten yang mengandung tema pesan *Aspirations and Beliefs*. Konten dengan tema pesan *Aspirations and Beliefs* juga merupakan konten yang mendapat respon paling banyak dari pengguna media sosial Instagram.

Dalam hal ini, Ganjar Pranowo lebih sering mengajak masyarakat khususnya pengguna media sosial Instagram untuk berinteraksi melalui kontennya yang mampu menimbulkan perasaan percaya pada khalayak yang menerima pesan dan membantu seseorang terhubung pada tingkat yang lebih emosional sebagai upaya mempertahankan dan memperbaiki citra dirinya terhadap isu-isu politik serta meningkatkan elektabilitasnya sebagai Calon Presiden 2024. Namun pada faktanya, Ganjar Pranowo kalah dalam Pemilu 2024 dengan menduduki peringkat 3 di antara ketiga Capres lainnya. Berdasarkan hasil penelitian, Ganjar Pranowo memiliki strategi yang baik dalam kampanyenya melalui media sosial Instagram, namun hal tersebut belum cukup untuk meningkatkan elektabilitasnya. Pada dasarnya, ada faktor lain yang mempengaruhi elektabilitas Ganjar Pranowo sehingga upaya menjaga citra dan meningkatkan elektabilitas sebagai kandidat Presiden melalui Instagram masih belum cukup berpengaruh. Dalam hal ini, media sosial seperti Instagram tidak dapat menjadi sebuah standar untuk meningkatkan elektabilitas seseorang di dunia politik.

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menambah literatur penelitian kualitatif khususnya dalam bidang Analisis Instagram melalui isi pesan dalam setiap konten. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan dan referensi bagi peneliti selanjutnya bahwa media sosial seperti Instagram tidak dapat menjadi sebuah standar untuk meningkatkan elektabilitas seseorang di dunia politik. Selain itu, diharapkan bagi peneliti selanjutnya agar bisa lebih baik daripada penelitian ini khususnya dalam menganalisa Teori *The Nine Block Conversation Planner*. Bagi Ganjar Pranowo beserta pengelola akun Instagramnya, disarankan agar lebih memaksimalkan dalam menerapkan sebuah strategi konten. Melalui penelitian ini diharapkan pula agar masyarakat dapat mempelajari nilai-nilai positif yang ada pada pentingnya isi pesan yang disampaikan dalam konten.

DAFTAR RUJUKAN

- Amalia, firda. 2023. Arungi Kampanye Politik di Era Digital dengan Strategi SEO. (<https://cmlabs.co/id-id/blog/kampanye-politik>) dikutip Rabu, 28 Juni 2023 pukul 15.15 wib
- Azuna Vion Harnadi. 2017. Analisis Konten Serial Film Animasi Upin dan Ipin Musim 8 Ditinjau Dari Prinsip Desain Pesan Pembelajaran. *Jurnal Prodi Tekonologi Pendidikan* 6, no. 4 (2017): 384.
- CNBCIndonesia.com. 2023. Survei Terbaru Capres & Cawapres 2024, Siapa Paling Unggul? (<https://www.cnbcindonesia.com/news/20231105053845-4-486437/survei-terbaru-capres-cawapres-2024-siapa-paling-unggul>) dikutip Rabu, 8 November 2023 pukul 12.00
- CNNIndonesia.com. 2023. Hasil Survei Terbaru Elektabilitas Anies-Cak Imin, Ganjar, dan Prabowo (<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20230915194758-617999672/hasil-survei-terbaru-elektabilitas-anies-cak-imin-ganjar-dan-prabowo>) dikutip Rabu, 8 November 2023 pukul 12.30
- Detik.com. 2024. Lengkap! Hasil Pemilu 2024: Pemenang Pilpres hingga Daftar Parpol ke DPR. (<https://news.detik.com/pemilu/d-7253356/lengkap-hasil-pemilu-2024-pemenang-pilpres-hingga-daftar-parpol-ke-dpr>) diakses Minggu, 28 April 2024 pukul 19.58
- Detik.com. 2024. Nomor Urut Capres-Cawapres 2024 dan Pidato Lengkap Ketiga Paslon. (<https://www.detik.com/sumut/berita/d-7037718/nomor-urut-capres-cawapres-2024-dan-pidato-lengkap-ketiga-paslon>) dikutip Rabu, 17 Januari 2024 pukul 16.00

- Finy F. Basarah dan Gustina. 2020. Perancangan Konten Edukatif Di Media Sosial. Jurnal Abdi Masyarakat 5, no. 2 (2020): 24.
- Fitria Chusna Farisa. Kompas.com. 2024. Hasil Lengkap Pemilu 2024: Pilpres dan Pileg. (<https://nasional.kompas.com/read/2024/03/21/11334381/hasil-lengkap-pemilu-2024-pilpres-dan-pileg>) diakses Minggu, 28 April 2024 pukul 19.58
- Huang, G. (2020). Platform Variation and Content Variation on Social Media: A Dual-Route Model of Cognitive and Experiential Effects. Journal of Promotion Management, 26(3). <https://doi.org/10.1080/10496491.2019.1699633>
- Jatengprov. 2023. Ganjar Jalan Kaki ke Pelosok Desa untuk Serahkan Bantuan RTLH di Sukoharjo. (<https://jatengprov.go.id/publik/ganjar-jalan-kaki-ke-pelosok-desa-untuk-serahkan-bantuan-rtlh-di-sukoharjo/>)
- Luthfia Maharani Trianti. MetroTVnews. 2023. Populer di Media Sosial, Ganjar Pranowo Teratas Survei Capres SMRC. (<https://www.metrotvnews.com/play/NOICY4RM-populer-di-media-sosial-ganjar-pranowo-teratas-survei-capres-smrc>) diakses Senin, 1 Januari 2024 pukul 20.00
- Nicholas Ryan Aditya, Icha Rastika. Kompas.com. 2022. Ganjar Akui Bangun Citra Lewat Medsos, sampai Disebut Artis Tiktok. (<https://nasional.kompas.com/read/2022/12/01/04420361/ganjar-akui-bangun-citra-lewat-medsos-sampai-disebut-artis-tiktok>)
- Populix. 2023. Apa itu Personal Branding, Tujuan, dan Cara Membangunnya. (<https://info.populix.co/articles/personal-branding/>) dikutip Selasa, 4 Juli 2023 pukul 11.03 wib
- Savira, Bella. 2023. Branding Iklan Politik di Instagram. (<https://geotimes.id/opini/meninjau-branding-iklan-politik-di-instagram/>) dikutip jumat, 24 Juni 2023 pukul 11.57 wib
- Soesanto, Stefanny. 2021. Isi Pesan The Nine Block Conversation Planner Dan Crisis Response Di Postingan Instagram @Traveloka Selama Masa Pandemi COVID-19. Universitas Kristen Petra: Skripsi.
- Try Yustiawan, Sigit & Lestari, Baroroh. 2023. Pengaruh Influencer Media Sosial Dan Konten Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Piscocol Di Kota Malang. Jurnal Aplikasi Bisnis Vol. 9, no. 2 (2023): 8