



ANALISIS WACANA KOMUNIKASI POLITIK (Studi pada Calon Presiden Ganjar Pranowo dalam Instagram @ganjar_pranowo)

POLITICAL COMMUNICATION DISCOURSE ANALYSIS (A Study of Presidential Candidate Ganjar Pranowo on Instagram @ganjar_pranowo)

Mawadata Fil Qurba¹, Chabibi²

Universitas KH Abdul Chalim (UAC) Mojokerto

Email: rmawaibnusholihin@gmail.com¹, chabibi@uac.ac.id²

Article Info

Article history :

Received : 24-12-2025

Revised : 25-12-2025

Accepted : 27-12-2025

Published : 29-12-2025

Abstract

Social media, especially Instagram, has become the main platform for presidential candidates in Indonesia to carry out political campaigns. In this context, Ganjar Pranowo uses his personal Instagram account @ganjar_pranowo as a means to spread political messages to the public. Ganjar Pranowo's efforts to achieve political goals use a communication strategy that focuses on interacting with voters through social media. The use of Instagram as the main platform for the campaign allows Ganjar to influence public perception. The purpose of this study is to explore the meaning of political communication contained in @ganjar_pranowo Instagram posts, expand the understanding of how politics is woven through social media to influence readers' opinions. This study uses a type of descriptive qualitative research using discourse analysis. With the discourse analysis theory of Teun A. Van Dijk, with three dimensions that are the object of research, including the text dimension, social cognition and social context. The results of this study show that Ganjar Pranowo's political communication discourse on Instagram is an effort to build a positive image and approach the public with an informal, personal, and optimistic communication style. The use of visuals, direct interactions, and hashtags is important in amplifying the campaign's message and reach. And social context influences how political messages are received and understood..

Keywords: Instagram, Political communication, Discourse Analysis

Abstrak

Media sosial, terutama Instagram menjadi platform utama bagi calon presiden di Indonesia untuk melakukan kampanye politik. Dalam konteks ini Ganjar Pranowo memanfaatkan akun Instagram pribadinya @ganjar_pranowo, sebagai sarana untuk menyebarkan pesan politik kepada masyarakat. Upaya mencapai tujuan politik Ganjar Pranowo menggunakan strategi komunikasi yang berfokus pada interaksi dengan pemilih melalui media sosial. Penggunaan Instagram sebagai platform utama kampanye memungkinkan Ganjar dapat mempengaruhi persepsi publik. Tujuan penelitian ini untuk mendalami makna komunikasi politik yang terkandung dalam postingan Instagram @ganjar_pranowo, memperluas pemahaman bagaimana politik dijalin melalui media sosial untuk mempengaruhi opini pembaca. penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif menggunakan Analisis wacana. Dengan teori analisis wacana Teun A. Van Dijk, dengan tiga dimensi yang menjadi objek penelitian antara lain dimensi teks, kognisi sosial dan konteks sosial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa wacana komunikasi politik Ganjar Pranowo di Instagram sebagai upaya untuk membangun citra positif dan mendekati masyarakat dengan gaya komunikasi informal, personal, dan optimis. Penggunaan visual, interaksi langsung, dan hashtag berperan penting dalam memperkuat pesan dan jangkauan kampanye. Dan konteks sosial mempengaruhi bagaimana pesan politik diterima dan dipahami.

Keywords: Instagram, Komunikasi politik, Analisis Wacana



PENDAHULUAN

Tahun 2024 merupakan tahun pemilu di Indonesia, media sosial kini kian berkembang pesat pada laporan *We Are Social* menunjukkan bahwasanya jumlah pengguna aktif media sosial di negara Indonesia pada bulan Januari 2023 mencapai 167 juta orang. Jumlah tersebut setara dengan 60,4% dari warga negara Indonesia. (Shilvina Widi, 2023) Angka ini menunjukkan seberapa luas pengaruh media sosial dalam kehidupan masyarakat, dan bagaimana platform ini bisa berdampak pada dinamika politik selama pemilu. Media sosial memiliki peran besar dalam kampanye politik, diskusi publik, dan penyebaran informasi, sehingga penting bagi semua pihak untuk berhati-hati dalam menggunakan dan memverifikasi informasi yang beredar. (Lia Ulvi Miranata Putri, Ayu Pebrianti, Yesica Elonika, 2024)

Salah satu media sosial yang sering digunakan untuk kampanye yaitu Instagram. Instagram menjadi platform penting bagi calon presiden untuk berinteraksi dengan publik. Ganjar Pranowo, sebagai calon presiden yang aktif di Instagram, memanfaatkan platform ini untuk menyebarkan informasi politik dan memperkuat citra dirinya melalui unggahan tentang program politiknya. salah satu contoh unggahan user @ganjar_pranowo dalam Instagramnya pada 10 Januari 2024 yang berisi salah satu program GanjarMahfud, KTP Sakti sebuah sistem digitalisasi Bantuan Sosial (Bansos). Program KTP Sakti didesain agar memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi terkait bansos dan program kesejahteraan lainnya sehingga bansos negara dapat mudah dijangkau oleh masyarakat kurang mampu. (Eko Wibowo, 2023)

Ganjar Pranowo menyampaikan dalam unggahannya bahwa KTP Sakti satu kartu terpadu Indonesia, KTP Sakti merupakan gabungan dari kartu-kartu bantuan sosial di Indonesia, dengan kartu ini layanan akan lebih mudah digunakan dan diakses oleh masyarakat. Komunikasi politik di media sosial dapat dianalisis dari sudut pandang Ilmu Komunikasi dengan menggunakan pendekatan analisis wacana. Wacana adalah proses komunikasi yang substansinya tidak bisa dipisahkan dari bahasa, kata-kata, serta rangkaian tindak tutur atau ungkapan yang menyampaikan informasi secara sistematis dan teratur, dalam suatu kesatuan yang koheren. (Alex Sobur, 2006) Wacana dibentuk oleh elemen-elemen bahasa baik yang bersifat segmental maupun non-segmental.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif untuk memperoleh data mendalam yang mengandung makna. Metode ini diterapkan melalui analisis wacana komunikasi politik calon presiden Ganjar Pranowo dan Mahfud MD dalam postingan Instagram Ganjar Pranowo. Penelitian menggunakan model analisis wacana Van Dijk, yang mencakup tiga dimensi yaitu dimensi teks (struktur makro), kognisi sosial (super struktur), dan konteks sosial (struktur mikro). (Eriyanto, 2001) Objek penelitian ini adalah sebuah postingan komunikasi politik yang terdapat dalam Instagram Ganjar Pranowo. Sedangkan subjek pada penelitian ini adalah analisis wacana dengan model Teun A. Van Dijk. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data seperti reduksi, penyajian data, dan menarik kesimpulan. peneliti mulai melakukan analisis data, dan melakukan analisis wacana model Van Dijk yang terdapat pada postingan Instagram @ganjar_pranowo pada masa pemilu 2024.



HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Beberapa unggahan Instagram @ganjar_pranowo yang berisikan komunikasi politik diantaranya seperti sebuah kampanye dan program yang di gaungkan dalam pertemuannya bersama masyarakat maupun unggahan yang menyinggung program yang diajukan pasangan Ganjar-mahfud. Program dan kampanye dalam penelitian ini yaitu KTP sakti dan hajatan rakyat di kendal. KTP Sakti merupakan salah satu program unggulan pasangan Ganjar- Mahfud yang di *upload* pada 10 Januari 2024, dengan caption “Karena menjadi amanat undang-undang maka bansos harus dilanjutkan, siapapun yang terpilih menjadi presiden tapi kami akan menyempurnakan sistemnya agar lebih tepat sasaran sekaligus agar layanannya gampang Cuma dengan KTP sakti”.

Komunikasi politik dalam Instagram Ganjar Pranowo juga terdapat pada kampanye yang di sampaikan pada kampanye di Kendal Jawa Tengah yang di beri nama hajatan rakyat. Dengan *caption* “Jawa Tengah pancen top insyaallah menang total. Kita awali kemenangan ini dari Kendal, ayo dulur-dulur kita harus bergerak. Rapatkan barisan. Gandeng tangan siapa saja karena tekad, semangat dan keberanian panjenengan semua akan menjalar, pasti akan menular ke saudara kita seluruh rakyat indonesia”.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa wacana komunikasi politik Ganjar Pranowo di Instagram bertujuan untuk membangun citra positif dan mendekati masyarakat menggunakan gaya komunikasi yang informal, personal, dan optimis. Elemen-elemen penting dalam kampanye ini meliputi penggunaan visual untuk memperkuat pesan dan menarik perhatian, interaksi langsung untuk meningkatkan keterlibatan dan hubungan personal dengan masyarakat luas, hashtag dapat memperluas jangkauan kampanye dan memudahkan akses pada konten terkait seperti hajatan rakyat, respon masyarakat terdiri dari dukungan dan kritik, hal tersebut mencerminkan keterlibatan aktif dalam evaluasi program dan calon. Konteks sosial mempengaruhi cara pesan politik diterima dan dipahami oleh masyarakat luas.

Pembahasan

1. KTP Sakti

Salah satu program unggulan Ganjar-Mahfud yaitu KTP sakti. Pada tanggal 24 Januari 2024, Ganjar melakukan kampanye di Kendal, Jawa tengah.(Michaela Winda, Bagus Santosa, 2024) Postingan tersebut berisikam caption sebagai berikut:

“Karena menjadi amanat undang-undang maka bansos harus dilanjutkan, siapapun yang terpilih menjadi presiden tapi kami akan menyempurnakan sistemnya agar lebih tepat sasaran sekaligus agar layanannya gampang Cuma dengan KTP sakti

#ganjarmahfud2024”

Secara keseluruhan, kalimat ini menggambarkan pendekatan yang ingin menunjukkan tanggung jawab terhadap kebijakan yang ada, sementara juga berusaha untuk meningkatkan pelaksanaannya dengan memperkenalkan kemudahan dalam administrasi. Untuk mengetahui makna komunikasi politik dalam unggahan Instagram Ganjar Pranowo dapat dianalisis menggunakan analisis wacana teori Teun A Van Dijk dengan tiga dimensi yaitu dimensi teks, konteks sosial dan kognisi sosial sebagai berikut:



a. Analisis Teks

1) Struktur makro

Dalam konteks komunikasi politik, fokus utama pada kelanjutan program bantuan sosial (bansos) sesuai amanat undang-undang dan inovasi melalui KTP Sakti dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Kelanjutan Program Bansos Sesuai Amanat Undang-Undang

Pesan Utama Pemerintah berkomitmen untuk melanjutkan program bansos dengan mengikuti ketentuan hukum yang berlaku. Ini menunjukkan keseriusan dalam menegakkan aturan dan memastikan keadilan sosial. Strategi Komunikasi Pemerintah perlu menyampaikan dengan jelas bahwa bansos tidak hanya sekadar bantuan, tetapi juga hak yang diatur oleh undang-undang. Hal ini melibatkan publikasi transparan mengenai kriteria penerima, proses distribusi, dan hasil evaluasi program. Tujuan Membangun kepercayaan publik dan menunjukkan tanggung jawab dalam pengelolaan anggaran sosial. Komunikasi yang efektif dapat mengurangi kesalahpahaman dan meningkatkan dukungan masyarakat terhadap program bansos.

b) Inovasi melalui KTP Sakti

Pesan Utama Penerapan KTP Sakti sebagai inovasi dalam administrasi bansos bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, transparansi, dan akurasi dalam penyaluran bantuan. (Del/pta, 2023) Ini mencerminkan upaya pemerintah untuk memanfaatkan teknologi dalam pelayanan publik. Strategi Komunikasi Kampanye informasi yang menjelaskan manfaat KTP Sakti, seperti kemudahan akses dan pemantauan bantuan, serta bagaimana sistem ini berfungsi untuk mencegah penyaluran yang tidak tepat sasaran. Mengedukasi masyarakat tentang cara kerja KTP Sakti dan bagaimana teknologi ini dapat mempermudah proses administrasi.

2) Super Struktur

Dalam komunikasi politik, skeatik dari alur yang menyatakan bahwa sebuah program Ganjar mengikuti aturan undang-undang dan berinovasi dengan KTP Sakti dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Pendahuluan dalam unggahan ini berisikan penjelasan umum yaitu mulai dengan menjelaskan bahwa program Ganjar adalah inisiatif utama yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui bantuan sosial. Konsep utama kalimat pada caption program ini mengacu pada ketentuan undang-undang yang berlaku, serta mengintegrasikan inovasi teknologi melalui KTP Sakti.

b) Kepatuhan terhadap undang-undang pada kalimat ini berisi poin utama: tekankan bahwa program Ganjar sepenuhnya mematuhi aturan hukum dan regulasi yang berlaku. Ini memastikan bahwa program berjalan dengan adil dan sesuai dengan prinsip-prinsip hukum. Strategi komunikasi yang digunakan yaitu pernyataan resmi dan data yang menunjukkan bahwa setiap aspek program telah diverifikasi sesuai dengan undang-undang. Berikan penjelasan tentang bagaimana program ini memastikan transparansi dan akuntabilitas dalam penyaluran bantuan sosial.



- c) Inovasi dengan KTP Sakti yaitu pada poin utama yang menjelaskan bahwa KTP Sakti merupakan alat inovatif yang diterapkan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas program. Ini memungkinkan pengelolaan data penerima bantuan yang lebih akurat dan terintegrasi. Strategi komunikasi lebih menyoroti manfaat KTP Sakti, seperti kemudahan akses, pengurangan birokrasi, dan peningkatan kecepatan layanan. Tunjukkan bagaimana teknologi ini mendukung program Ganjar dalam memenuhi tujuan sosialnya.
- d) Kesimpulan dan penegasan pada poin utama berisikan bahwa integrasi antara kepatuhan hukum dan inovasi teknologi adalah kunci dari keberhasilan program Ganjar. Strategi komunikasi yang disampaikan berisi pesan yang kuat bahwa pemerintah berkomitmen untuk menjalankan program yang tidak hanya sesuai dengan undang-undang tetapi juga memanfaatkan teknologi terkini untuk pelayanan yang lebih baik. Komunikasikan hasil positif dan dampak dari penerapan KTP Sakti dalam program.
- e) Tindak Lanjut yang dilakukan Ganjar dapat diteliti yaitu pada Poin Utama Ajak masyarakat untuk terus mendukung dan terlibat dalam program Ganjar. Strategi Komunikasi Informasikan tentang saluran komunikasi yang tersedia untuk umpan balik dan pertanyaan dari masyarakat. Berikan update rutin tentang perkembangan dan hasil program untuk menjaga keterlibatan dan kepercayaan publik.

3) Struktur mikro

Untuk menganalisis struktur mikro dari kalimat pada caption unggahan tersebut dapat kita bagi menjadi beberapa aspek diantaranya:

- a) Semantik (Makna) Kewajiban Hukum "Karena menjadi amanat undang-undang maka bansos harus dilanjutkan" menunjukkan bahwa bantuan sosial (bansos) adalah kewajiban hukum yang harus diteruskan. Kepastian dan Komitmen "siapa pun yang terpilih menjadi presiden" diikuti dengan "kami akan menyempurnakan sistemnya" menunjukkan komitmen untuk perbaikan sistem bansos terlepas dari siapa yang menjadi presiden. Tujuan Perbaikan "agar lebih tepat sasaran sekaligus agar layanannya gampang Cuma dengan KTP sakti" menjelaskan tujuan perbaikan sistem yaitu untuk ketepatan sasaran dan kemudahan layanan dengan menggunakan KTP.
- b) Sintaksis (Struktur Kalimat) Kalimat ini terdiri dari satu kalimat kompleks dengan dua klausa utama yang digabungkan menggunakan koma dan kata sambung "tapi". Caption tersebut terdapat dua klausa Utama yaitu "Karena menjadi amanat undang-undang maka bansos harus dilanjutkan", dan "siapa pun yang terpilih menjadi presiden tapi kami akan menyempurnakan sistemnya". Klausa Penjelas dalam caption yaitu "agar lebih tepat sasaran sekaligus agar layanannya gampang Cuma dengan KTP sakti".
- c) Stilistik (Gaya Bahasa), Formal Kalimat ini menggunakan bahasa formal yang sesuai dengan konteks kebijakan atau pernyataan publik. Pengulangan dan Penekanan Penggunaan frasa "agar" dua kali menekankan tujuan spesifik dari perbaikan sistem.



Istilah Khusus "KTP sakti" merupakan istilah yang memberi nuansa kekuatan atau kemudahan dalam layanan, yang menambahkan efek retorik.

- d) Retoris (Gaya dan Efek), Pernyataan Tegas Kalimat ini tegas dalam menyatakan kewajiban hukum dan komitmen untuk perbaikan, memberikan kesan bahwa program bansos adalah prioritas. Optimisme dan Harapan Menyiratkan harapan akan sistem yang lebih baik dan lebih mudah diakses. Panggilan atau Penekanan Identitas yaitu dengan Hashtag "#ganjarmahfud2024" menunjukkan bahwa pernyataan ini terkait dengan kampanye atau identitas calon presiden.

b. Kognisi sosial

Dalam komunikasi politik, tanggapan masyarakat terhadap program-program pemerintah atau calon pemimpin sering mencerminkan kombinasi dukungan, kritik, dan harapan. Berikut adalah penjelasan tentang respons masyarakat terhadap unggahan Ganjar Pranowo berdasarkan keterangan yang diberikan:

- 1) Dukungan dan keberhasilan program KTP Sakti, program ini mendapatkan dukungan dari sebagian masyarakat. Dukungan ini menunjukkan bahwa inisiatif tersebut dianggap positif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat, terutama jika program tersebut memudahkan akses layanan atau administrasi bagi warga.
- 2) Kritik Terhadap Masa Lalu, kinerja sebelumnya: beberapa kritik ditujukan kepada Ganjar Pranowo terkait dengan masa jabatannya sebagai Gubernur Jawa Tengah. Kritik ini mungkin berkisar pada ketidakmerataan dalam distribusi bantuan sosial atau kelemahan dalam pelaksanaan kebijakan di masa lalu. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat masih mempertimbangkan pengalaman masa lalu dalam menilai calon pemimpin saat ini.
- 3) Reaksi Emosional, ada ketidakpuasan yang tampak jelas terhadap kinerja Ganjar sebelumnya, yang bisa mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap kepemimpinannya. Optimisme, di sisi lain, ada juga harapan bahwa program baru seperti KTP Sakti dapat mengatasi masalah yang ada dan memperbaiki kekurangan dari masa lalu. Ini menunjukkan bahwa masyarakat tidak hanya berfokus pada kekurangan, tetapi juga berharap ada perubahan positif yang dihasilkan oleh inisiatif baru.

Dalam komunikasi politik, menyikapi beragam tanggapan ini penting untuk membangun narasi yang kredibel dan responsif. Calon pemimpin atau pemerintah perlu menanggapi kritik dengan transparansi dan menjelaskan bagaimana program baru akan memperbaiki masalah yang ada. Sementara itu, dukungan dari masyarakat harus dipertahankan dengan memastikan bahwa program-program tersebut dilaksanakan secara efektif dan memberikan manfaat yang nyata.

c. Konteks sosial

Dimensi sosial pada unggahan ini dapat di analisis dalam komunikasi politik, respons dan persepsi masyarakat terhadap kebijakan atau program pemerintah akan dianalisis melalui beberapa dimensi penting diantaranya sebagai berikut:

- 1) Dialog publik, diskusi dan pemikiran pada unggahan mengenai program KTP Sakti yang memicu banyak diskusi menunjukkan adanya keterlibatan aktif masyarakat dalam dialog



publik. Ini mencerminkan pentingnya transparansi dan keterbukaan dalam komunikasi politik, serta perlunya ruang bagi masyarakat untuk menyuarakan pendapat mereka. Dialog publik yang intensif menunjukkan bahwa masyarakat merasa program ini relevan dan berdampak pada kehidupan mereka.

- 2) Komentar dan evaluasi, jumlah komentar pada unggahan ini lebih dari 10.452 komentar, jumlah ini menunjukkan volume tanggapan yang signifikan. Ini berarti masyarakat sangat memperhatikan dan terlibat dalam evaluasi program. Banyaknya komentar mencerminkan kepentingan yang tinggi serta keberagaman pandangan mengenai kebijakan tersebut. Beragam sudut pandang: komentar yang beragam menunjukkan adanya berbagai perspektif dalam menilai program KTP Sakti. Beberapa mungkin memberikan dukungan, sementara yang lain mungkin mengkritik atau mengajukan pertanyaan. Ini adalah indikator dari dinamika sosial dan politik yang kompleks, di mana kebijakan tidak hanya diterima secara seragam tetapi juga dinilai dari berbagai aspek.
- 3) Dinamika sosial dan politik, refleksi terhadap kebijakan sosial pada unggahan ini terdapat beragam komentar mencerminkan bagaimana program sosial dapat mempengaruhi masyarakat secara luas dan bagaimana dinamika politik dapat mempengaruhi respons masyarakat. Perbedaan pendapat dan kritik yang muncul juga bisa menggambarkan ketidakseimbangan dalam penerimaan kebijakan atau kekhawatiran tentang implementasinya.

Dalam konteks komunikasi politik, pemahaman terhadap reaksi masyarakat melalui komentar dan diskusi adalah penting untuk mengevaluasi efektivitas komunikasi, menyusun strategi perbaikan, dan mengelola hubungan dengan publik. Menanggapi umpan balik secara aktif dan konstruktif dapat memperkuat legitimasi dan dukungan terhadap kebijakan yang diusulkan. Pada penelitian ini fokus komunikasi politik tidak hanya pada program unggulan pasangan Ganjar-Mahfud tetapi juga mencakup kampanye yang diberi nama “hajatan rakyat”.

2. Hajatan Rakyat

Kampanye ini dilakukan diberbagai kota, termasuk di Kendal, Jawa Tengah, dengan kampanye ini Ganjar membangun kedekatan dengan masyarakat dan menyampaikan pesan-pesan politiknya melalui acara “hajatan rakyat” untuk merangkul partisipasi publik secara langsung. Acara tersebut di unggah di Instagram @ganjar_pranowo dengan caption sebagai berikut

"Jawa Tengah pancen top insyaallah menang total. Kita awali kemenangan ini dari Kendal, ayo dulur-dulur kita harus bergerak. Rapatkan barisan. Gandeng tangan siapa saja karena tekad, semangat dan keberanian panjenengan semua akan menjalar, pasti akan menular ke saudara kita seluruh rakyat indonesia

ganjarmahfud2024"

Kalimat pada caption diatas merupakan sebuah pernyataan yang dapat dianalisis menggunakan tiga level struktur komunikasi politik, yaitu makro, mikro, dan superstruktur sesuai dengan teori analisis wacana Teun A Van Dijk Berikut analisisnya:



a. Analisis Teks

1) Struktur Makro

Dalam komunikasi politik, struktur makro pada caption hajatan rakyat tersebut memainkan peran penting dalam membentuk persepsi dan mendapatkan dukungan publik. Berikut adalah penjelasan masing-masing kategori:

- a) Mobilisasi Dukungan: Ini adalah proses di mana pesan politik dirancang untuk mengumpulkan dan menggerakkan dukungan dari masyarakat. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa pendukung politik dapat termotivasi untuk memberikan dukungan aktif, baik melalui suara, donasi, atau partisipasi dalam kampanye. Pesan yang digunakan biasanya mencakup ajakan untuk bertindak, penjelasan mengenai pentingnya dukungan, dan cara-cara konkret untuk berkontribusi.
- b) Penggalangan Semangat Kolektif: Ini berfokus pada membangun rasa solidaritas dan kepemilikan di antara kelompok masyarakat. Strategi ini sering melibatkan narasi yang menekankan kebersamaan, nilai-nilai bersama, dan tujuan kolektif. Dengan menggarisbawahi kepentingan bersama, komunikasi politik bertujuan untuk menginspirasi orang untuk bekerja sama dan berkomitmen pada tujuan bersama.
- c) Pesan Optimisme dan Kepercayaan: Pesan ini berfungsi untuk membangkitkan rasa harapan dan keyakinan dalam proses politik. Dengan menekankan aspek-aspek positif dari calon, program, atau hasil yang diharapkan, komunikasi politik berusaha menciptakan rasa percaya diri di kalangan pemilih atau pendukung. Ini termasuk menyoroti pencapaian masa lalu, potensi masa depan, dan manfaat dari inisiatif yang diusulkan.
- d) Strategi Komunikasi: mencakup rencana dan metode yang digunakan untuk menyampaikan pesan politik secara efektif. Strategi ini melibatkan pemilihan saluran komunikasi yang tepat (seperti media sosial, pidato, atau iklan), pengembangan pesan yang sesuai dengan audiens target, dan penyesuaian teknik komunikasi untuk meningkatkan dampak. Strategi komunikasi yang baik memastikan bahwa pesan politik disampaikan dengan cara yang konsisten, persuasif, dan tepat waktu.

Secara keseluruhan, struktur makro ini mengedepankan tema mobilisasi dukungan dan penggalangan semangat kolektif dengan mengedepankan optimisme terhadap hasil yang diharapkan. Ini bertujuan untuk menggerakkan dan memotivasi publik untuk terlibat secara aktif dalam proses politik dengan keyakinan positif terhadap hasil yang akan dicapai.

2) Super Struktur

Dalam komunikasi politik, skematik superstruktur adalah sebuah pendekatan yang mengorganisir pesan politik untuk memotivasi dan menggerakkan audiens dalam mencapai tujuan tertentu. Skematik ini sering kali terdiri dari beberapa komponen utama:

- a) Pengakuan Kekuatan dan Optimisme: Komponen ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menegaskan kekuatan, pencapaian, atau potensi dari individu atau kelompok yang diwakili dalam pesan politik. Ini memberikan rasa percaya diri dan optimisme kepada



audiens tentang masa depan yang lebih baik dengan dukungan terhadap kandidat atau ide yang diusung.

- b) Ajakan untuk Aksi: Setelah menanamkan rasa optimisme dan pengakuan terhadap kekuatan, pesan politik akan mengarahkan audiens untuk melakukan tindakan konkret. Ini bisa berupa ajakan untuk memilih, berpartisipasi dalam kampanye, atau melakukan aktivitas lain yang mendukung tujuan politik.
- c) Penutup dengan Hashtag dan Nama Kandidat: Menutup pesan dengan elemen yang mudah diingat seperti hashtag dan nama kandidat bertujuan untuk memperkuat identitas politik dan mempermudah mobilisasi pendukung. Hashtag memfasilitasi diskusi online dan meningkatkan visibilitas di media sosial, sementara nama kandidat mengaitkan semua elemen pesan dengan individu yang diusung. Dalam konteks kalimat "#ganjarmahfud2024", skematik ini dimaksudkan untuk beberapa aspek kepentingan yaitu untuk mengakui kekuatan dan optimism yang menunjukkan keyakinan pada kandidat Ganjar-Mahfud dan potensi mereka untuk mencapai tujuan politik.

3) Struktur Mikro

Dalam analisis komunikasi politik menggunakan struktur mikro terdapat beberapa elemen-elemen, sintaksis, stilistik, dan retorik—berfungsi untuk memahami bagaimana pesan politik disampaikan dan diterima. Berikut adalah penjelasan lebih rinci mengenai bagaimana elemen-elemen ini berkontribusi pada komunikasi politik dalam kalimat yang diberikan:

- a) Semantik (Makna), "Jawa Tengah pancen top insyaallah menang total" Kalimat ini mengekspresikan keyakinan dan kebanggaan terhadap wilayah Jawa Tengah, serta optimisme tentang hasil positif yang diharapkan. Ini adalah upaya untuk membangun identitas positif dan meningkatkan dukungan. "Kita awali kemenangan ini dari Kendal" kalimat ini mengindikasikan Kendal sebagai titik awal dari perjuangan, memberikan makna bahwa kemenangan dimulai dari tingkat lokal yang kemudian bisa mempengaruhi wilayah lebih luas. "Rapatkan barisan, Gandeng tangan siapa saja" kalimat ini Mengajak untuk solidaritas dan kerja sama, menunjukkan pentingnya persatuan dalam mencapai tujuan politik. "Tekad, semangat dan keberanian panjenengan semua akan menjalar" menggambarkan semangat kolektif yang akan menyebar ke seluruh masyarakat, menunjukkan kekuatan dari dukungan individu yang menyatu.
- b) Sintaksis (Struktur Kalimat), Kalimat Utama pada caption yaitu "Jawa Tengah pancen top insyaallah menang total" Memberikan pernyataan yang penuh keyakinan. Kalimat Ajakan pada caption yaitu "Kita awali kemenangan ini dari Kendal, ayo dulur-dulur kita harus bergerak" mendorong tindakan konkret untuk memulai perjuangan kemenangan. Kalimat Perintah pada caption yaitu "Rapatkan barisan, Gandeng tangan siapa saja". Memerintahkan tindakan persatuan dan kolaborasi. Kalimat efek pada caption yaitu "Tekad, semangat dan keberanian panjenengan semua akan menjalar, pasti akan menular ke saudara kita seluruh rakyat Indonesia" sebuah bentum penyampaikan bahwa efek positif dari semangat dan keberanian akan meluas secara nasional.



- c) Stilistik (Gaya Bahasa), Gaya Informal dan Persuasif pada caption yaitu Menggunakan bahasa sehari-hari dan ungkapan lokal seperti "ayo dulur-dulur" untuk membangun kedekatan dengan audiens. Ini bertujuan untuk menciptakan keterlibatan emosional dan membuat pesan terasa lebih personal dan mendalam. Pengulangan dan Penekanan pada Frasa seperti "Kita awali," "Rapatkan barisan," dan "Gandeng tangan" memberikan penekanan pada tindakan kolektif, meningkatkan urgensi dan motivasi. Optimisme dan Keyakinan pada Ungkapan seperti "insyaallah menang total" menyampaikan keyakinan kuat yang dapat menginspirasi dan memotivasi pendukung, serta menumbuhkan rasa percaya diri dan semangat.
- d) Retoris, Metafora dan Imageri pada caption unggahan ini yaitu Penggunaan frasa seperti "Rapatkan barisan" dan "Gandeng tangan" berfungsi sebagai metafora untuk kesatuan dan kolaborasi. Ini membantu visualisasi tujuan politik dan memperkuat pesan persatuan. Penggunaan Konsensus pada caption yaitu mengajak semua orang untuk terlibat menciptakan rasa kebersamaan dan tujuan bersama, memotivasi audiens untuk bersatu dalam perjuangan politik. Keyakinan dan Dorongan pada caption yaitu Kata-kata seperti "menjalar" dan "menular" menggambarkan pengaruh semangat yang luas dan mendorong tindakan kolektif. Ini membantu menguatkan dorongan untuk berpartisipasi aktif dalam kampanye politik.

b. Kognisi sosial

Dalam komunikasi politik, kognisi sosial merujuk pada cara individu memahami, menilai, dan bereaksi terhadap informasi politik serta bagaimana hal tersebut mempengaruhi sikap dan perilaku mereka. (Kanal.Psikologi, 2023) Berikut penjelasan dari elemen-elemen kognisi sosial dari kalimat pada caption unggahan hajatan rakyat di kendal, Jawa Tengah. Kognisi sosial komunikasi politik dapat di lihat dari Respon dan Dukungan Langsung, Pendapat dan Penegasan Dukungan, Reaksi Emosional. Diantaranya yaitu:

- 1) Respon dan Dukungan Langsung: Komentar dari @timporet: Respon ini menunjukkan dukungan langsung dan optimisme terhadap calon yang disebutkan. Dalam komunikasi politik, dukungan seperti ini seringkali mencerminkan pemrosesan kognitif yang positif terhadap calon atau program yang disorot. Masyarakat yang memberikan dukungan seperti ini biasanya merasa terhubung secara emosional dan rasional dengan pesan politik, merasa bahwa calon tersebut akan memenuhi harapan mereka, dan merasa terdorong untuk mendukung secara aktif.
- 2) Pendapat dan Penegasan Dukungan: Komentar Positif: Menunjukkan bahwa masyarakat memberikan pendapat positif dan berkomitmen untuk mendukung Ganjar. Ini mencerminkan proses kognitif di mana masyarakat mengevaluasi Ganjar atau program secara positif, berdasarkan informasi yang mereka terima. Dukungan ini juga mencerminkan tingkat keterlibatan yang tinggi, di mana audiens tidak hanya menerima pesan tetapi juga berusaha keras untuk memastikan kemenangan calon tersebut, menunjukkan bahwa mereka mengidentifikasi dengan tujuan dan nilai yang diajarkan.
- 3) Reaksi Emosional: Dukungan Emosional dan Optimisme: Reaksi emosional seperti dukungan dan optimisme mencerminkan bagaimana pesan politik memengaruhi perasaan



individu. Dalam konteks komunikasi politik, reaksi emosional yang positif menunjukkan bahwa pesan tersebut berhasil menciptakan rasa percaya diri dan keterhubungan emosional. Masyarakat yang merespons dengan optimisme biasanya merasa positif tentang masa depan dan bersemangat untuk terlibat lebih lanjut, baik melalui partisipasi aktif atau dukungan moral.

c. Konteks sosial

Dalam konteks sosial komunikasi politik, analisis terhadap respon dan persepsi masyarakat terkait pesan politik dapat memberikan wawasan berharga mengenai bagaimana dukungan dan keyakinan masyarakat berfungsi dalam memengaruhi dinamika politik. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut berdasarkan dua aspek utama tersebut:

- 1) Respon: Komentar Positif dan Dukungan: Respon dari @timporet menunjukkan sikap positif dan dukungan terhadap pesan yang disampaikan. Ini menggambarkan bagaimana individu merespons ajakan atau informasi politik dengan semangat dan kesiapan untuk menerapkan strategi dukungan. Dukungan ini bukan hanya terbatas pada daerah asal (Jawa), tetapi juga menunjukkan kesiapan untuk menyebarkan dan menerapkan strategi serupa di luar Jawa. Ini mencerminkan bagaimana pesan politik dapat menggerakkan audiens untuk terlibat lebih jauh, tidak hanya secara lokal tetapi juga secara lebih luas.
- 2) Persepsi: Komentar yang mencerminkan persepsi bahwa dukungan untuk calon presiden (Ganjar) kuat di seluruh wilayah, termasuk di luar Jawa, menunjukkan bahwa masyarakat percaya bahwa dukungan tersebut tidak terbatas pada satu area saja. Persepsi ini mengindikasikan keyakinan bahwa strategi dan semangat yang disampaikan dalam pesan politik akan efektif dan dapat diterima secara luas di tingkat nasional. Hal ini dapat membantu membangun citra positif dan soliditas dukungan terhadap pasangan Ganjar-Mahfud.

KESIMPULAN

Analisis wacana komunikasi politik Ganjar Pranowo di Instagram menunjukkan upaya untuk membangun citra positif dan mendekati masyarakat dengan gaya komunikasi yang informal, personal, dan optimis. Penggunaan visual, interaksi langsung, dan hashtag berperan penting dalam memperkuat pesan dan jangkauan kampanye. Pada akun Instagram @ganjar_pranowo sebagai wadah untuk kritik sosial komunikasi politik Ganjar dan Mahfud sebagai calon presiden dan wakil presiden Indonesia menggunakan pendekatan analisis wacana Teun A Van Dijk, terdapat beberapa kesimpulan yang dapat penulis sampaikan antara lain:

1. Pada level analisis teks, unggahan pada akun @ganjar_pranowo berisikan beberapa unggahan yang berisikan komunikasi politik untuk membangun kepercayaan masyarakat dan menghasilkan pendukung yang lebih banyak.
2. Pada segi kognisi sosial, Masyarakat merespons dengan dukungan dan kritik, menunjukkan keterlibatan yang aktif dalam evaluasi program dan calon, sementara konteks sosial mempengaruhi bagaimana pesan politik diterima dan dipahami.



3. Dalam level konteks sosial, pada setiap unggahan pada akun @ganjar_pranowo para masyarakat memberikan tanggapannya di kolom komentar pada unggahan akun @ganjar_pranowo seperti sebuah dukungan, dan dapat mengetahui reaksi emosional para masyarakat.

Dengan demikian, komunikasi politik Ganjar Pranowo di Instagram dirancang untuk memotivasi dukungan, menggerakkan tindakan kolektif, dan membangun citra positif sebagai calon presiden yang inovatif dan responsif. Penggunaan strategi komunikasi yang efektif, baik dalam konten dan gaya, serta pemahaman terhadap kognisi sosial dan konteks sosial, memainkan peran penting dalam membentuk persepsi publik dan mendapatkan dukungan yang diinginkan.

DAFTAR PUSTAKA

Alex Sobur. (2006). *Analisis Teks Media*. Bandung: PT Rosdakarya.

Del/pta. (2023). Ganjar Kenalkan KTP Sakti Buat Satukan Kartu-kartu Bansos Jokowi. Retrieved from CNN Indonesia website: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20231220174545-532-1039843/ganjar-kenalkan-ktp-sakti-buat-satukan-kartu-kartu-bansos-jokowi>

Eko Wibowo. (2023). Ganjar-ahfud Janjikan KTP Sakti Jika Terpilih, Apa Manfaatnya? Retrieved from Tempo website: <https://nasional.tempo.co/read/1811646/ganjar-mahfud-janjikan-ktp-sakti-jika-terpilih-apa-manfaatnya>

Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta.

Kanal.Psikologi. (2023). Kognisi Politik: Memandang Perilaku Politik dari Sudut Pandang Kognitif. *Universitas Gadjah Mada Kanal Pengetahuan Psikologi*. Retrieved from <https://kanal.psiikologi.ugm.ac.id/kognisi-politik-memandang-perilaku-politik-dari-sudut-pandang-kognitif/>

Lia Ulvi Miranata Putri, Ayu Pebrianti, Yesica Elonika, N. W. (2024). aksesibilitas Pengawasan Media Sosial oleh Badan Pengawas Pemilihan Umum Terhadap Pencegahan Kampanye Propoganda. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 9, No.1, 2, 45.

Michaela Winda, Bagus Santosa. (2024). Warga Kendal Curhat ke Ganjar soal Penyaluran BLT Sering Tidak Tepat Sasaran. Retrieved January 24, 2024, from KOMPAS.com website: <https://nasional.kompas.com/read/2024/01/24/05185441/warga-kendal-curhat-ke-ganjar-soal-penyaluran-blt-sering-tidak-tepat-sasaran>

Shilvina Widi. (2023). Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023. Retrieved February 2, 2023, from Data Indonesia.id website: <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>