



# Komparasi Political Branding Anies Baswedan dan Ganjar Pranowo melalui Instagram Menjelang Pemilu 2024

Rifqi Santosa<sup>\*1</sup>, Aulia Rahmawati<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

E-mail: [r30ns73@gmail.com](mailto:r30ns73@gmail.com), [aulia\\_rahmawati.ilkom@upnjatim.ac.id](mailto:aulia_rahmawati.ilkom@upnjatim.ac.id)

Article Info	Abstract
<b>Article History</b> Received: 2023-10-12 Revised: 2023-11-23 Published: 2023-12-02  <b>Keywords:</b> <i>Political Image;</i> <i>Instagram;</i> <i>Political Figures;</i> <i>Political Messages.</i>	Ahead of the 2024 presidential election in Indonesia, the Indonesian Political Opinion (IPO) found that several names have the greatest possibility in public opinion as candidates for the Indonesian presidency, the 2 highest of which are Anies Baswedan and Ganjar Pranowo. This became more convincing when the two political figures were endorsed by the political parties that cadre them, then both of them actively carried out campaigns. The campaign was also carried out on social media Instagram as one of the social media with the most users in Indonesia, Anies Baswedan and Ganjar Pranowo built their political image on Instagram. This study uses a qualitative content analysis methodology, on Anies Baswedan and Ganjar Pranowo's Instagram content from November 2022-February 2023. The results of this study found that Anies Baswedan built a political image as a leader who worked hard and had various work achievements when he served previously, while Ganjar Pranowo has a political image as a populist leader, by prioritizing the people as the main orientation for making policies and work programs.
Artikel Info	Abstrak
<b>Sejarah Artikel</b> Diterima: 2023-10-12 Direvisi: 2023-11-23 Dipublikasi: 2023-12-02  <b>Kata kunci:</b> <i>Citra Politik;</i> <i>Instagram;</i> <i>Tokoh Politik;</i> <i>Pesan Politik.</i>	Menjelang pemilu 2024, Indonesian Political Opinion (IPO) menemukan jika beberapa nama memiliki kemungkinan terbesar dalam opini publik sebagai bakal calon presiden Indonesia, 2 tertinggi diantaranya adalah Anies Baswedan dan Ganjar Pranowo. Hal ini menjadi lebih meyakinkan ketika kedua tokoh politik tersebut diusung oleh partai politik yang mengkadernya, kemudian keduanya secara aktif melakukan kampanye. Kampanye juga dilakukan pada media sosial Instagram sebagai salah satu media sosial dengan pengguna terbanyak di Indonesia, Anies Baswedan dan Ganjar Pranowo membangun citra politiknya pada Instagram. Penelitian ini menggunakan metodologi analisis isi kualitatif, pada konten Instagram Anies Baswedan dan Ganjar Pranowo mulai November 2022-Februari 2023. Hasil penelitian ini menemukan Anies Baswedan membangun citra politik sebagai sosok pemimpin yang bekerja keras dan memiliki beragam capaian kerja ketika dirinya menjabat sebelumnya, sedangkan Ganjar Pranowo memiliki citra politik sebagai sosok pemimpin yang merakyat, dengan menomor satukan rakyat sebagai orientasi utama pembuatan kebijakan dan program kerja.

## I. PENDAHULUAN

Dalam era teknologi digital ini komunikasi dapat dibantu melalui media seperti telepon, internet, *teleconference*, dan aplikasi media sosial yang ada. Internet pada saat ini telah menempatkan dirinya sebagai salah satu pusat informasi yang mudah diakses dari mana saja tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 78,19% dari total populasi Indonesia yang berjumlah 275,77 juta jiwa (Nurhanisah, 2023). Media sosial menjadi penting perannya saat ini sebagai salah satu media komunikasi untuk melakukan interaksi dengan pengguna lain di samping perkembangan globalisasi yang terus berkembang.

Di Indonesia sendiri jumlah penduduk yang menggunakan media sosial menurut survei yang

dilakukan oleh *we are social* sebanyak 170 juta orang dimana jumlah ini sebanyak 61.8% dari total populasi di Indonesia. Komunikasi politik adalah penyamaan persepsi atau pikiran politik yang ada pada masyarakat, secara internal golongan, asosiasi, instansi maupun politik pemerintah. Media sosial sebagai media alternatif yang didukung oleh kemajuan teknologi komunikasi memiliki banyak fitur yang bermanfaat untuk meningkatkan pemahaman terhadap politik melalui komunikasi politik (Alam, 2021). Penggunaan media sosial seperti Instagram mampu untuk memberikan pengaruh tersendiri dalam komunikasi politik secara virtual. Citra politik dalam media sosial dapat terbentuk dari visual yang kita tampilkan melalui media sosial, sehingga citra dan personalitas

politikus dapat dibentuk melalui proses *branding* yang bisa membantu politikus mengubah dan memelihara reputasi serta dukungan

Pada tahun 2024 Indonesia akan menggelar pesta demokrasi berupa pemilihan umum (Pemilu) presiden dan wakil presiden, yang membuat publik penasaran nama yang akan menjadi capres dan cawapres mendatang. Lembaga survei Indonesia Political Opinion (IPO) mengumumkan hasil survei terkait capres yang akan mengikuti kontes Pemilu 2024. Data menyatakan jika terdapat 5 nama yang menjadi top survei kali ini, dimana dua tertinggi adalah Anies Baswedan sebesar 32,6 % dan Ganjar Pranowo sebesar 26,8 % (Azzahra, 2023). Data ini menunjukkan para tokoh politik yang dirasa cocok oleh masyarakat untuk maju mengisi kursi calon presiden melalui pemilu 2024 mendatang. Melihat kedua calon teratas yang pernah menduduki dan sedang menjadi kepala daerah atau gubernur untuk provinsi DKI Jakarta dan Jawa Tengah, pastinya sudah memiliki citra politik sebagai seorang pemimpin daerah.

Seorang bakal calon presiden selain memiliki elektabilitas yang cukup baik, juga harus memiliki dukungan dari partai untuk bisa mencalonkan diri sebagai calon presiden. Partai Nasdem resmi mendeklarasikan Anies Baswedan sebagai capres atau calon presiden yang akan diusung pada pilres mendatang pada tahun 2024. Surya Paloh yang merupakan ketua umum partai Nasdem secara langsung mendeklarasikan capres berdasarkan hasil rakernas Juni 2022 lalu. Kemudian salah satu partai besar lainnya di Indonesia yakni PDIP melalui ketua umumnya Megawati Soekarnoputri didampingi oleh Joko Widodo selaku presiden Indonesia, mendeklarasikan Ganjar Pranowo sebagai kader partai untuk ditingkatkan penugasannya sebagai calon presiden Indonesia dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) pada tanggal 21 April 2023. Survei IPO memperlihatkan Anies sebagai top survei, alasannya adalah stigma masyarakat terhadap kepemimpinan Anies Baswedan dengan komunikasi digitalnya cenderung ke arah positif. Alasan Ganjar menduduki posisi kedua survei IPO tidak lepas dari komunikasi politik yang dilakukan oleh Ganjar Pranowo sehingga lebih mudah diterima oleh publik karena *image* yang baik tentang Ganjar, sudah terbenam di benak publik.

Dengan menggunakan nama pengguna @aniesbaswedan, Anies bergabung pada Instagram sejak bulan September 2013, akun Anies sudah diikuti oleh 5,9 juta orang pengguna

Instagram. Ganjar Pranowo aktif menggunakan Instagram dengan *user name* @ganjar\_pranowo, setiap konten yang dibagikan Ganjar memberikan informasi, penanganan masalah, memberi himbauan, maupun hanya sekedar menyapa publik melalui konten tentang aktivitas yang dilakukan.

Menjelang pemilu Indonesia, sebagai warga negara yang baik sepatutnya memiliki pandangan politik untuk memilih calon pemimpin atau presiden yang akan membawa negara ini lebih baik lagi. Peneliti ingin mengetahui bagaimana dua calon yang menjadi top survei bakal calon presiden Indonesia 2024 oleh IPO melakukan *political brandingnya* dalam menarik simpatisan publik sehingga menjadi top survei. Maka dari itu peneliti ingin menemukan bagaimana komparasi *political branding* Anies Baswedan dan Ganjar Pranowo melalui Instagram menjelang Pemilu 2024. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui perbandingan *political branding* Anies Baswedan dan juga Ganjar Pranowo melalui Instagram menjelang Pemilu 2024.

## 1. Komunikasi Politik

Komunikasi Politik adalah sebuah aspek yang mudah dijumpai dalam segala kegiatan politik, berarti komunikasi yang terjadi dalam sebuah sistem politik berbentuk penyampaian pesan dengan dampak politik dari penguasa politik bagi publik atau penyampaian dukungan atau tuntutan sebagai aspirasi oleh rakyat bagi pemangku kebijakan. Komunikasi politik adalah penyampaian pesan yang tujuannya diarahkan pada capaian dan pengaruh yang mengakibatkan segala masalah yang ditimbulkan oleh kegiatan komunikasi tersebut dapat mengikat segala unsur kelompok (Indra & Wahid, 2021). Komunikasi politik merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan untuk menetapkan dan menjalankan tujuan dalam suatu sistem politik yang ada. Komunikasi politik memfokuskan pada kegunaannya untuk menghubungkan pikiran politik yang hidup dalam masyarakat, baik pikiran dalam golongan, asosiasi, institusi, maupun sektor kehidupan politik masyarakat dengan sektor kehidupan politik pemerintah setempat (Sarihati, Luthfie, & Kurniadi, 2019).

## 2. Political Branding

Haroen mengartikan *political branding* atau pencitraan politik sebagai sebuah aktivitas yang dilakukan untuk membangun sebuah persepsi dan kepercayaan publik terhadap politikus maupun partai politik (Muttaqin, Maulina, & Fadhlain, 2020). *Political branding*

atau pencitraan politik mengharuskan politikus atau partai politik untuk dilakukan secara konsisten dengan sebuah pencitraan yang selaras dengan target audiens dengan cara yang unik dan khas, memiliki sebuah ciri khas pencitraan pada personal politik dengan mengurangi aktivitas yang cenderung umum.

Pencitraan politik adalah hal yang dirasakan oleh indra, tetapi tidak mempunyai eksistensi substansial karena tertutup oleh realitas. Sesuatu yang ditampilkan dalam sebuah pencitraan politik akan menuju pada perbedaan realitas objek yang sesungguhnya, perbedaan ini bisa menuju kepada arah yang positif maupun negatif. Politikus juga harus mampu membangun pencitraan politik yang kuat supaya bisa memperoleh kepercayaan dan loyalitas publik sehingga bisa memanfaatkan hak pilih dengan baik kepada politikus tersebut (Putra, et al., 2022).

### 3. Strategi Pembentukan Political Branding

Citra politik mampu memberikan kontrol tentang persepsi atau cara pandang orang lain terhadap politikus, oleh karena itu, politikus yang memiliki citra politik dapat mempengaruhi dan mengontrol pandangan publik terhadap dirinya Rangkuti dalam (Rahmah, 2021). Rahmah juga menjelaskan terdapat 4 cara strategi pembentukan *political branding*, yakni;

- a) *Determine who you are*, merupakan strategi awal untuk mengidentifikasi dengan baik kepada publik terkait siapa dirinya.
- b) *Determine what you do*, tentukan apa yang dilakukan oleh politikus dengan mengidentifikasi ciri khas, dan kekuatan utama yang sudah dimiliki dan berkaitan dengan sesuatu yang kita kerjakan.
- c) *Position yourself*, strategi ini dilakukan dengan penentuan diri dan tindakan yang dilakukannya dengan mencoba untuk memosisikan dirinya sebagai pemimpin seperti apa.
- d) *Manage your brand*, adalah strategi terakhir yang menjelaskan bahwa hal inti dan penting dalam mengelola political branding adalah pentingnya membina relasi (hubungan antar teman, kolega, klien, maupun customer).

### 4. Instagram sebagai Media Political Branding

Prakoso mengartikan Instagram sebagai sebuah media sosial yang berbasis foto atau video yang diunggah untuk dibagikan dan

dilengkapi oleh caption dan hashtag. Instagram bisa memberikan informasi di media sosial supaya bisa menjangkau dan diketahui pengguna Instagram. Khang & Ye menyatakan media sosial, apapun jenis platformnya, merupakan media yang memprakarsai perubahan struktur komunikasi dari komunikasi konvensional, melalui media massa, menuju era new media, komunikasi digital yang memiliki sifat interaktif. Seiring waktu, media sosial digunakan bukan hanya untuk jejaring sosial secara digital, namun juga digunakan untuk branding sebuah perusahaan dan organisasi, dimana branding merupakan suatu usaha untuk mengenalkan sebuah brand melalui simbol, nama, dan ciri khusus sebagai pembeda dengan menampilkan manfaat, nilai, kinerja, dan figur tertentu (Suryawati, 2021).

Menggunakan Instagram sebagai media komunikasi untuk memperlihatkan sebuah citra politikus merupakan era baru dengan budget minimal dan dampak yang tinggi. Instagram juga dapat membangun citra dari banyak artis, perusahaan, personal, hingga politikus untuk membuat sebuah reputasi atas sebuah barang, jasa, maupun dirinya sendiri supaya bisa dikenal oleh publik (Putra, Sufa, & Ratnasari, 2022).

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi analisis isi kualitatif, pada konten Instagram Anies Baswedan dan Ganjar Pranowo mulai November 2022-Februari 2023.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa Anies Baswedan dan Ganjar Pranowo, kedua calon presiden Indonesia yang dideklarasikan oleh partai politik, memiliki kemampuan yang baik dalam membangun branding politik melalui media sosial Instagram. Anies Baswedan menonjolkan pengalaman kerjanya dalam menyelesaikan masalah dan berinteraksi dengan masyarakat melalui kunjungan ke daerah-daerah sejak 2022. Sementara itu, Ganjar Pranowo, sebagai kepala daerah Jawa Tengah yang diusung oleh PDIP, memiliki citra politik yang merakyat. Ganjar fokus pada rakyat dan amanah yang diberikan, terlihat dalam kegiatan yang dipromosikan di akun Instagramnya. Keduanya secara konsisten menunjukkan

kepemimpinan yang peduli pada rakyat melalui media sosial.

## B. Pembahasan

### 1. Determine Who You Are



**Gambar 1.** Anies Baswedan Mengisi Seminar tentang Integritas Diri

Anies Baswedan menggunakan timnya untuk mengelola akun Instagram, dengan menggunakan hashtag #ABW sebagai panduan untuk kontennya. Bio Instagramnya digunakan untuk berbagi pandangan dan ide-idenya, yang sering dikaitkan dengan keintelektualan. Anies juga secara efektif memanfaatkan fitur-fitur Instagram untuk menyampaikan pesan politiknya kepada publik, menampilkan dirinya sebagai seorang pemimpin intelektual dengan pengalaman yang beragam di posisi kepemimpinan. Ia sering membagikan pengalaman penyelesaian masalah melalui video wawancara dan seminar. Anies aktif mendorong partisipasi politik generasi muda, dengan tujuan mengubah persepsi negatif terhadap politik Indonesia di kalangan pemuda. Ia ingin mewariskan pengetahuan dan nilai-nilai politiknya kepada pemimpin masa depan. Anies menekankan pentingnya politik bersih dan membangun kepercayaan publik melalui tindakan-tindakannya. Dedikasinya dan juga semangat belajar selama menjabat di berbagai posisi telah membentuk etos kerjanya, sehingga publik percaya pada pengalamannya dan kemampuannya sebagai calon presiden potensial pada tahun 2024.



**Gambar 2.** Cuplikan Video Wawancara tentang Ganjar Pranowo

Ganjar Pranowo adalah seorang tokoh politik yang menarik perhatian di Indonesia, terutama saat menjabat sebagai gubernur Jawa Tengah. Ia memiliki orientasi utama dalam melayani rakyat dan memperkuat citra politiknya sebagai pemimpin yang peduli pada rakyat. Ganjar menggunakan fitur-fitur Instagram untuk menyampaikan pesan politiknya, termasuk membagikan foto atau video yang menunjukkan bahwa ia adalah pemimpin jujur dan tidak korup. Ganjar juga aktif dalam memanfaatkan media sosial, memungkinkan masyarakat untuk menghubunginya secara langsung dan menyampaikan masalah mereka. Ia juga mendengarkan keluhan dan aspirasi masyarakat melalui pertemuan dengan kepala desa di Jawa Tengah, memberikan perhatian khusus terhadap isu disabilitas dalam pembangunan infrastruktur. Ganjar berkomitmen untuk memperhatikan semua lapisan masyarakat tanpa terkecuali.

### 2. Determine What You Do



**Gambar 3.** Penjelasan Anies Tentang Transportasi Publik di Jakarta

Anies Baswedan menciptakan program untuk mewujudkan pemerataan pendidikan di Indonesia dengan melibatkan guru muda dalam memberikan pendidikan di daerah terpencil. Program ini memberikan dampak positif pada sektor pendidikan dan guru-guru yang terlibat, menunjukkan etos kerja tinggi dan kontribusi Anies dalam menyelesaikan masalah dasar di Indonesia. Selama menjabat sebagai kepala daerah DKI Jakarta, Anies juga mengimplementasikan program transportasi yang terintegrasi untuk mengatasi masalah kemacetan. Meskipun belum sepenuhnya terselesaikan, upayanya memberikan kenyamanan bagi penduduk Jakarta dalam mobilitas dan keuntungan bagi perusahaan transportasi publik. Anies juga memberikan perhatian terhadap budaya dan suku di Indonesia, terutama dalam menjaga dan menghormati warisan budaya. Melalui

langkah-langkahnya, Anies menunjukkan etos kerja tinggi dan kepeduliannya terhadap keanekaragaman budaya di Indonesia.



**Gambar 4** Penjelasan Ganjar tentang Kartu Jateng Sejahtera

Ganjar Pranowo adalah seorang pemimpin yang populer di kalangan publik, bahkan di luar daerah kepemimpinannya. Penelitian ini menyoroti penerimaan yang hangat terhadap kunjungan Ganjar ke kota Deli Serdang. Ganjar, sebagai pemimpin yang menekankan persatuan rakyat, mengajak para pemuda untuk menghadapi globalisasi dengan bijak menggunakan media sosial untuk mendapatkan informasi yang akurat. Ganjar juga menyadari pentingnya mengatur penggunaan media online agar memberikan manfaat yang lebih banyak daripada dampak negatifnya. Di Jawa Tengah, Ganjar meluncurkan program Kartu Jaminan Sosial (KJS) untuk membantu rakyat miskin yang tidak mendapatkan bantuan dari pemerintah pusat. Program ini menunjukkan tanggung jawab Ganjar terhadap kesejahteraan rakyat. Di bawah kepemimpinannya, Jawa Tengah berhasil meningkatkan perekonomian dan mencatat penurunan angka kemiskinan tertinggi di Indonesia. Ganjar juga memberikan perhatian pada pembangunan infrastruktur yang memberikan manfaat terbaik bagi warga Jawa Tengah.

### 3. Position Yourself



**Gambar 5** Sambutan Masyarakat Pangkajene terhadap Anies Baswedan

Anies Baswedan memanfaatkan pencitraan politik dengan keunikan dalam mengerti minat masyarakat Indonesia pada sepak bola. Melalui Instagram, dia memberi selamat kepada klub sepak bola Jakarta untuk mendapatkan dukungan publik. Sebagai mantan kepala daerah DKI Jakarta, Anies tetap mendukung klub sepak bola itu. Selain itu, Anies menghibur masyarakat dengan menyanyi dan berbagi pesan tentang kepercayaan diri. Dia mendapat sambutan hangat dari warga dan berharap mendapatkan dukungan untuk pilpres mendatang. Anies juga mengunjungi kabupaten Pangkajene di Sulawesi Selatan, di mana dia disambut antusias oleh ribuan orang dan menunjukkan keinginan masyarakat untuk perubahan dan kemajuan.



**Gambar 6** Video Ganjar Pranowo sedang Lari Pagi

Ganjar Pranowo, kepala daerah Jawa Tengah, menolak korupsi dan pungli. Dalam unggahan, Ganjar marah melihat tindak pungli oleh pemerintah daerah. Dia menganggapnya sebagai pesan moral sebagai pemimpin yang bertanggung jawab pada rakyat. Ganjar terus berinteraksi dengan rakyat dengan olahraga pagi dan berlari mengelilingi Banyumas. Dia murah senyum dan berfoto dengan warga, menunjukkan kepeduliannya. Ganjar tidak menggunakan hak istimewa yang dimilikinya dan terburu-buru mengejar kereta api umum. Ini menunjukkan bahwa dia adalah pemimpin yang berusaha memberikan yang terbaik bagi warganya dan menjaga amanah yang diberikan kepadanya.



#### 4. Manage Your Brand



**Gambar 7** Interaksi Anies Baswedan dengan Pengikutnya

Anies Baswedan, yang dideklarasikan sebagai calon presiden oleh Nasdem sejak Oktober 2022, secara rutin melakukan kampanye untuk mendapatkan dukungan publik dalam pilpres mendatang. Melalui unggahan di Instagram dan kampanye, Anies selalu menceritakan pengalamannya dalam membuat kebijakan saat menjabat sebagai menteri dan gubernur dalam menyelesaikan masalah masyarakat. Tujuannya adalah agar dia dilihat sebagai pemimpin yang tidak hanya memberikan janji, tetapi juga melalui kebijakan, program, dan keputusan yang dapat membantu masyarakat. Anies juga menunjukkan cara jelas dan lugas bagaimana dia menyelesaikan masalah, memperkuat citranya sebagai tokoh politik yang bekerja keras melalui program-program yang dilakukannya. Dengan rutin berkampanye di berbagai daerah, termasuk di luar Jawa, Anies menciptakan citra dirinya di daerah yang jangkauannya lebih luas. Sebagai mantan gubernur DKI Jakarta, citra Anies sudah melekat pada masyarakat karena kedekatannya secara geografis. Namun, kunjungan ke daerah di luar Jawa menjadi cara yang tepat untuk mendapatkan dukungan publik pada pemilu mendatang.



**Gambar 8** Tanggapan Ganjar terkait Keresahan Masyarakat Jateng

Ganjar Pranowo, kepala daerah Jawa Tengah, memiliki tujuan utama meningkatkan kesejahteraan rakyatnya. Dia menggunakan media sosial, terutama Instagram, sebagai sarana komunikasi dan mendengarkan keluhan serta keresahan masyarakat. Ganjar memanfaatkan media sosial untuk mendapatkan informasi tentang permasalahan yang telah dialami masyarakat. Kemudian, dia membuat kebijakan dan program yang bertujuan menyelesaikan masalah tersebut. Salah satu fokusnya adalah mendukung UMKM di Jawa Tengah dengan mempromosikannya melalui akun Instagramnya. Ganjar konsisten menjaga citra politiknya sebagai gubernur yang peduli pada rakyat dan menggunakan media sosial sebagai sarana untuk dapat memperbaiki kondisi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Jawa Tengah.

#### IV. SIMPULAN DAN SARAN

##### A. Simpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa Anies Baswedan dan Ganjar Pranowo, kedua calon presiden yang diusung oleh partai politik, memiliki kemampuan yang baik dalam membangun branding politik melalui media sosial Instagram. Anies Baswedan menunjukkan pengalaman kerjanya dalam menyelesaikan masalah melalui kunjungan ke daerah-daerah sejak tahun 2022. Sementara itu, Ganjar Pranowo memiliki citra politik yang merakyat, dengan fokus utama pada rakyat dan amanah yang diberikan. Kedua calon presiden ini memiliki perbedaan citra politik, namun memiliki tujuan yang sama untuk memajukan Indonesia dengan mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh rakyat.

##### B. Saran

Penelitian ini cukup menunjukkan perbedaan yang signifikan terhadap citra politik Anies Baswedan dan Ganjar Pranowo pada media sosial Instagram, dan hal tersebut bisa menjadi sebuah ciri khas dari masing-masing tokoh politik untuk mencerminkan dirinya sebagai sosok pemimpin yang dibutuhkan masyarakat. Penelitian ini terbatas pada subjektivitas peneliti dalam menerjemahkan sebuah pesan dalam konten yang diunggah oleh Anies Baswedan dan Ganjar Pranowo pada media sosial Instagram, harapannya ada penelitian yang bisa mengukur secara objektif atau melihat pada media lain seperti media

konvensional, maupun media online, atas citra politik yang dimiliki oleh Anies Baswedan, Ganjar Pranowo, maupun tokoh politik lainnya.

#### **DAFTAR RUJUKAN**

- Alam, S. (2021). Penggunaan Media Sosial sebagai Alat Komunikasi Politik. *AVANT GARDE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 68-78.
- Azzahra, T. A. (2023, Marc 12). Pemilu. Diambil kembali dari DetikNews: <https://news.detik.com/pemilu/d-6614110/elektabilitas-para-bakal-capres-di-6-survei-terkini>
- Indra, D., & Wahid, U. (2021). Tinjauan Literatur: Digital Komunikasi Politik Anies Baswedan. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 228-239.
- Muttaqin, Maulina, P., & Fadhlain, S. (2020). Citra Politik Prabowo-Sandi dalam Pemilihan Presiden (Pilpres) 2019 di Akun Media Sosial Instagram. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 40-50.
- Nurhanisah, Y. (2023, March 15). Infografis. Diambil kembali dari Indonesia Baik: <https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-di-indonesia-makin-tinggi>
- Putra, O. D., Sufa, S. A., & Ratnasari, E. (2022). Political Branding Ganjar Pranowo melalui Media Sosial Instagram @ganjar\_pranowo. *Restorica: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara dan Ilmu Komunikasi*, 1-16.
- Rahmah, S. (2021). Personal Branding Ganjar Pranowo untuk Membangun Komunikasi Politik di Media Sosial Instagram. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 94-101.
- Sarihati, T., Lutfhie, M., & Kurniadi, B. (2019). Komunikasi Politik, Media Massa, dan Opini Publik. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Suryawati, I. (2021). Political Branding Gubernur Indonesia Melalui Media Sosial. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 23-38.