

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Subjek Penelitian

Pada penelitian ini, akun TikTok @ganjarpranowo berfungsi sebagai subjek penelitian. Dengan itu, peneliti kemudian akan mengelaborasi latar belakang dari akun TikTok @ganjarpranowo serta bentuk strategi politainment yang termuat dalam konten kampanye politik berbasis online. Bagian ini disusun dengan tujuan memberikan pemahaman terkait interpretasi politainment calon presiden 2024 di akun TikTok @ganjarpranowo.

Akun TikTok @ganjarpranowo adalah akun media sosial kepemilikan pribadi yang dikelola oleh Gubernur Jawa Tengah yang juga berstatus sebagai kandidat Calon Presiden pada Pemilu 2024. Akun tersebut digunakan Ganjar Pranowo untuk berbagi konten mengenai kegiatan sehari-hari, intrakrisis dengan masyarakat, medium penyampaian pesan-pesan politik dan sosial. Pada masa pemilihan umum, platform tersebut difungsikan sebagai media pelaksanaan kampanye politik berbasis online dengan konten-konten yang berfungsi sebagai atribut kampanye digital. Konten-konten ini menunjukkan upayanya untuk lebih dekat dengan pemilih muda, berbicara langsung tentang isu-isu yang relevan, dan wadah penyaluran agenda politiknya.

Dengan pemanfaatan media sosial dengan strategis Ganjar Pranowo berhasil menarik atensi masyarakat luas dan menaikkan tingkat visibilitasnya di kalangan masyarakat terutama generasi muda yang aktif di platform TikTok. Akun TikTok @ganjarpranowo telah memperoleh lebih dari 7,7 juta pengikut dengan jumlah likes atau penyuka di seluruh kontennya berjumlah 214 juta. Disamping akun resmi yang dikelolanya secara personal, ada pula akun-akun pendukung seperti @sahabatganjarpranowo yang memiliki pengikut berjumlah lebih dari 1 juta. Agenda akun ini berfokus pada mendukung dan mempromosikan kampanye Ganjar Pranowo.

Jumlah engagement dari platform media sosial pribadi seorang aktor politik yang dimiliki Ganjar Pranowo pada akun TikTiknya @ganjarpranowo mencerminkan kepopuleran Ganjar Pranowo di kalangan generasi muda terlebih

yang aktif dalam ekosistem aplikasi TikTok. Ganjar Pranowo juga kerap mengemas kampanye politik onlinenya dengan format yang menarik, hal ini mendasari ketertarikan peneliti untuk meneliti strategi politainment yang diaplikasikan Ganjar Pranowo dalam pelaksanaan kampanye politik berbasis onlinenya pada akun TikTok @ganjarpranowo pada periode kampanye pemilihan umum legal terhitung 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024.



Gambar 4. 1 Profil Akun TikTok @ganjarpranowo
(Sumber: TikTok.com/@ganjarpranowo, 2024)

Audiens akun TikTok @ganjarpranowo berasal dari beragam kalangan masyarakat dan mencakup kelompok generasi yang bervariasi pula. Akun tersebut umumnya digunakan untuk penyampaian visi misi dan program kerja, momen-momen kebersamaan dengan warga atau blusukan, penyampaian agenda dan informasi politik, diskusi politik, hingga penayangan konten yang berbau personal. Bentuk konten yang diproduksi juga beragam tidak hanya video namun juga slide foto yang dilengkapi dengan latar musik. Peneliti berhasil mengumpulkan 80 konten yang termasuk ke dalam konten kampanye politik berbasis online dengan strategi politainment

4.2. Hasil dan Analisis Penelitian

Penyusunan bagian ini mengacu pada rumusan masalah penelitian untuk menganalisis bagaimana pengemasan politainment calon presiden 2024 di TikTok yang terkemas dalam konten kampanye politik berbasis online pada akun @ganjarpranowo periode kampanye pemilu legal 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024. Pengemasan politainment dalam konten kampanye online tersebut

akan dianalisis tema konten, bentuk politainment dan tanggapan konten. Sub-bab ini akan diawali dengan menjabarkan jumlah unggahan konten kampanye politik online dengan strategi politainment dalam jangkauan waktu yang telah peneliti tetapkan sebelumnya. Kemudian peneliti akan melakukan elaborasi tema konten yang terdiri atas tema sosial, visi misi dan program kerja serta tema terakhir informasi personal. Dilanjutkan dengan analisis 3 bentuk politainment yang terdiri atas personalisasi, emosionalisasi, dan tabloisasi. Setelahnya, peneliti akan menganalisis tanggapan dari tiap konten yang menjadi unit analisis dari penelitian, barulah akan ditutup dengan diskusi teoritik terkait dengan hasil penemuan analisis pada penelitian.

4.2.1. Frekuensi Postingan Konten Politainment TikTok @ganjarpranowo

Postingan konten kampanye politik online pada akun TikTok @ganjarpranowo akan peneliti lampirkan pada tabel di bawah ini. Hal ini bertujuan untuk menganalisa frekuensi jumlah produksi konten kampanye politik berbasis online dengan strategi politainment pada masing-masing bulan di masa kampanye pemilu legal 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024.

Tabel 4.1 Tabel Frekuensi Konten Politainment TikTok @ganjarpranowo

Bulan	Jumlah Postingan	Persentase
November	3	3%
Desember	28	35%
Januari	34	42%
Februari	15	18%

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan data yang dilampirkan tabel diatas, diketahui bahwa total keseluruhan postingan konten kampanye politik online dengan strategi politainment di akun TikTok @ganjarpranowo adalah 80 konten, terhitung sejak 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024. Urutan frekuensi unggahan konten dari yang tertinggi hingga yang terendah di mulai pada bulan Januari, satu bulan menjelang perhelatan Pemilihan Umum 2024, akun TikTok @ganjarpranowo menyangkan sebanyak 34 konten atau sebesar 42% dari keseluruhan unit analisis. Dilanjutkan dengan bulan Desember yang menyangkan 28 konten kampanye politik online

dengan strategi politainment atau sebesar 35% dalam satuan persentase. Disusul bulan Februari yang mana memasuki bulan Pemilihan Umum 2024 dan hanya menyisakan waktu 10 hari terhitung tanggal 01 Februari 2024 untuk berkampanye sebelum akan memasuki masa tenang. Pada bulan ini, akun TikTok @ganjarpranowo memproduksi 15 konten atau sebesar 18% dari unit analisis penelitian ini. Sementara frekuensi terendah ada pada bulan November 2023 yang hanya memproduksi 3 konten kampanye politik online dengan startegi politainment atau sebesar 3% dari unit analisis. Dengan menelaah tabel persentase unggahan konten unit analisis penelitian diatas peneliti akan menjabarkan beberapa temuan menarik.

Temuan pertama adalah mengenai frekuensi mengunggah konten kampanye politik online dengan startegi politainment pada bulan pertama memasuki masa kampanye pemilu legal cukup konsisten namun jumlahnya berbeda di tiap bulan. Dapat dilihat bahwa akun TikTok @ganjarpranowo mengunggah setidaknya 1 konten kampanye politik online dengan startegi politainment setiap harinya. Temuan kedua adalah intensitas unggahan konten terus meningkat ditiap bulan mendekati masa pemilu. Temuan ketiga adalah apabila membandingkan durasi pengunggahan konten, Februari terhitung sebagai bulan dengan produksi konten terbanyak. Hal ini dibuktikan dengan konten kampanye politik dengan strategi politainment sebanyak 15 konten hanya dalam waktu 10 hari saja.

Melihat dari total keseluruhan unggahan konten pada akun TikTok @ganjarpranowo di periode kampanye pemilu legal 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024 yang berjumlah 208 konten, hanya 80 konten yang terpilih menjadi unit analisis dalam penelitian ini. Hal ini dikarenakan hanya konten kampanye politik online dengan strategi politainment yang kemudian peneliti masukkan ke dalam kategori unit analisis penelitian.

4.2.2. Tema Konten

Dalam melaksanakan analisis isi kualitatif strategi politainment akun TikTok @ganjarpranowo dengan mengkategorisasikan unggahan konten berdasarkan tema kampanye politik. Tema konten tiktok adalah konsep atau topik

utama yang menjadi intisari dari postingan atau aktivitas yang dilakukan di platform media sosial. Tema berfungsi sebagai benang merah yang menghubungkan berbagai konten sehingga terlihat konsisten dan terarah.

Tema konten membantu dalam membangun identitas, menyampaikan pesan, dan menarik serta mempertahankan perhatian audiens. Dalam penelitian ini, tema konten didasarkan dengan tujuan utama kampanye politik online yang tak lain adalah untuk membangun citra calon presiden yang merakyat dan modern, serta untuk menyalurkan pesan dan agenda politik yang diusung pasangan calon nomor urut 03. Kategori tema konten dalam penelitian ini terbagi mejadi tiga jenis, yaitu Sosial, Visi Misi dan Program Kerja, serta Informasi Personal.

Tema pertama adalah konten sosial. Konten sosial merupakan konten yang menampilkan momen-momen ketika Ganjar Pranowo secara langsung berinteraksi dengan masyarakat, baik melalui kegiatan blusukan maupun saat menyapa warga di tengah menjalankan agenda pribadinya. Kategori jenis tersebut dikelompokkan berdasarkan relevansi isi pesan yang dikemas dalam konten. Seluruh konten yang disaring peneliti untuk menjadi unit analisis dalam penelitian ini adalah konten yang paling merepresentasikan setiap tema yang terdapat dalam kategori penelitian ini.

Tema konten visi misi dan program kerja pada akun TikTok @ganjarpranowo merupakan topik atau konsep utama untuk menyampaikan, memperkenalkan, dan mempromosikan visi misi serta program kerja calon presiden tersebut kepada audiens. Kategori ini dirancang untuk menjelaskan tujuan jangka Panjang (visi), langkah konkret yang diambil sebagai upaya mencapai tujuan tersebut (misi), dan program-program spesifik yang akan diimplementasikan apabila terpilih dengan sajian yang praktis dan menarik. Konten Visi Misi dan Program Kerja dikemas dalam berbagai bentuk, seperti berupa potongan tanya jawab yang membahas seputar solusi penanganan isu yang dilontarkan masyarakat pada kesempatan kampanye offline Ganjar Pranowo. Tema informasi pribadi mengangkat topik atau konsep yang diperuntukan untuk sajian informasi pribadi dan latar belakang Ganjar Pranowo kepada audiens. Jenis konten ini berfokus pada aspek-aspek pribadi dari Ganjar Pranowo seperti Riwayat hidup, nilai-nilai, keluarga, Pendidikan, pengalaman hidup yang membentuk karakter dan cara pandang calon presiden tersebut dan sejumlah hal berbaur trivia lainnya.

Setelah melakukan pengelompokan konten berdasarkan tema konten dari setiap unit analisis, hasil berbentuk persenan yang diperoleh dilampirkan sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Tabel Analisis Tema Konten

Kategori	Indikator	Definisi	Jumlah Postingan	%
Tema Konten	Sosial	Momen interaksi Ganjar Pranowo dengan masyarakat seperti saat blusukan.	29	36%
	Visi Misi dan Program Kerja	Berisikan informasi program kerja, dan gagasan atas solusi pemecahan masalah berdasarkan kasus yang ditanyakan langsung maupun tak langsung.	25	31%
	Informasi Personal	Berisikan informasi personal dan cenderung trivia seperti gaya hidup, style pribadi, interaksi antar keluarga dan nilai-nilai yang tidak berkaitan dengan politik.	26	32%

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Melalui tabel di atas, peneliti dapat menjabarkan beberapa temuan unik yang kemudian dijabarkan sebagai berikut:

1. Konten bertema sosial dan informasi personal merupakan konten kampanye online dengan unsur politainment yang mendominasi akun TikTok @ganjarpranowo di masa kampanye pemilihan umum legal, dengan total 55 konten.
2. Konten dengan tema Visi Misi dan Program Kerja merupakan persentase unggahan konten terendah, yakni 31 % atau sebanyak 25 konten.

Temuan data di atas dapat diinterpretasikan bahwa kampanye politik berbasis media sosial yang dilakukan Ganjar Pranowo dengan akun TikTok @ganjarpranowo sebagai instrumennya adalah untuk membentuk citra calon presiden yang kemudian diharapkan dapat membangun persepsi positif terhadap calon kandidat dan meningkatkan opini positif publik.

4.2.2.1. Tema Sosial

Tema sosial pada akun TikTok @ganjarpranowo adalah kategori konten yang menampilkan interaksi atau keterlibatan aktor politik tersebut dengan

masyarakat, serta berbagai kegiatan sosial yang mereka lakukan. Konten ini kerap mencakup momen-momen ketika aktor politik sedang berinteraksi langsung dengan warga, menghadiri acara-acara sosial, atau berpartisipasi dalam kegiatan kemasyarakatan dan filantropi. Contoh konten yang tergabung dalam klasifikasi ini dapat berupa foto atau video kegiatan blusukan, aksi bakti sosial, diskusi dengan masyarakat atau komunitas, serta partisipasi dalam acara-acara kebudayaan dan olahraga.

Konten dengan tema sosial diproduksi dengan beberapa tujuan seperti, 1) membangun hubungan dengan masyarakat. Konten bertema sosial menunjukkan bahwa aktor politik, dalam konteks penelitian ini adalah kandidat calon presiden adalah pemimpin yang dekat dan peduli dengan masyarakat, serta aktif terlibat dalam kehidupan sehari-hari mereka. 2) Meningkatkan kepercayaan dan kredibilitas, yang dimaksud ialah konten tersebut memperlihatkan komitmen capres terhadap isu-isu sosial dan kesejahteraan masyarakat, sehingga output yang diharapkan berupa meningkatnya kepercayaan public terhadap mereka. 3) Humanisasi dan Empati, kemudian konten sosial memperlihatkan sisi manusiawi capres dengan menampilkan momen-momen empati, kepedulian, dan tindakan nyata yang membantu masyarakat. 4) Transparansi dan Akuntabilitas, adalah ketika konten tersebut menunjukkan transparansi tindakan dan keputusan yang diambil oleh aktor politik, serta akuntabilitas terhadap komitmen yang telah dibuat kepada publik. 6) Memperkuat Personal Branding, tujuan terakhir dan yang terpenting adalah untuk memperkuat citra posited aktor politik sebagai pemimpin yang responsive, peduli, modern, dan terlibat aktif dalam mengatasi permasalahan sosial. Di bawah ini peneliti jabarkan beberapa contoh konten kampanye politik online dengan unsur politainment yang tergolong ke dalam klasifikasi tema sosial:



Gambar 4. 2 Contoh Konten Indikator Sosial 1
(Sumber: TikTok.com/ @ganjarpranowo, 2024)

Gambar diatas merupakan konten akun TikTok @ganjarpranowo yang diunggah pada tanggal 30 November 2023. Konten tersebut mendapat 638.9 ribu likes, 13.1 ribu komentar, dibagikan sebanyak 3.715 kali dan disimpan oleh 38.9 ribu pengguna TikTok. Peneliti memasukkan konten tersebut sebagai unit analisis dengan tema sosial dikarenakan konten tersebut menampilkan momen ketika Ganjar Pranowo yang sedang sarapan selepas berolahraga. Saat sedang menunggu makanan Ganjar Pranowo menyadari bahwa ada seorang anak yang memperhatikannya dari jarak yang cukup dekat, anak tersebut kemudian diajak untuk menyantap sarapan bersama.

Apabila dikaitkan dengan konsep pada bagian sebelumnya, momen yang terkemas dalam konten tersebut Jika dikaitkan dengan konsep, peneliti mengklasifikasikan konten tersebut dalam konten tersebut ke tema konten sosial karena momen yang ditunjukkan menyiratkan pesan Ganjar Pranowo memiliki sifat yang peduli terhadap masyarakat bahkan ketika tidak sedang menjalankan perannya sebagai aktor politik.



Gambar 4. 3 Contoh Konten Indikator Sosial 2
(Sumber: Akun TikTok.com/@ganjarpranowo, 2024)

Konten diatas merupakan salah satu konten yang menampilkan momen blusukan yang dilakukan Ganjar Pranowo ke sebuah pasar saat melaksanakan kunjungan kerja di BalikPapan. Konten yang diunggah pada tanggal 6 Desember 2023 tersebut mendapat 6.548 likes, 239 komentar, dibagikan sebanyak 88 kali, dan disimpan oleh 219 pengguna.

Dalam konten tersebut tampak Ganjar Pranowo yang tertarik untuk mendatangi salah satu lapak kue setelah mendengar tawaran dari ibu pemilik lapak tersebut. Pemilik lapak tampak malu-malu saat berinteraksi dengan Ganjar Pranowo dan memuji ketampanan Ganjar Pranowo. Jika dikaitkan dengan konsep, peneliti mengklasifikasikan konten tersebut dalam konten tersebut ke tema konten sosial karena pesan dalam unggahan tersebut sejatinya tentang sisi humanis Ganjar Pranowo, kemudian konten sosial memperlihatkan sisi manusiawi capres dengan menampilkan momen-momen empati, kepedulian, dan tindakan nyata yang membantu masyarakat.

4.2.2.2. Tema Visi Misi dan Program Kerja

Konten dengan tema visi misi dan program kerja seperti namanya, sejatinya adalah materi tujuan jangka Panjang (visi), Langkah-langkah strategis untuk merealisasikan tujuan tersebut (misi) dan serangkaian rencana konkret yang akan diimplementasikan kemudian (program kerja) jika kelak capres tersebut terpilih. Konten ini berorientasi pada perluasan informasi, edukasi, dan meyakinkan pemilih tentang kemampuan dan kematangan rencana kerja calon presiden dalam memimpin negara. Dalam penelitian ini, konten kampanye bertema visi misi dan program kerja dikemas dengan unsur politainment, yang berarti agenda dan informasi politik tersebut dikemas dengan format yang menarik. Konten semacam ini dirancang untuk memastikan bahwa para pemilih memiliki pemahaman yang baik terhadap Gerakan perubahan yang diusung oleh kandidat capres, membangun kepercayaan, dan mengumpulkan dukungan massif melalui komunikasi yang transparan dan informatif.

Di bawah berikut adalah contoh pemaparan konten kampanye politik online akun TikTok @ganjarpranowo dengan unsur politainment yang tergolong ke dalam

klasifikasi tema Visi Misi dan Program Kerja:



Gambar 4. 4 Contoh Konten Indikator Visi Misi dan Program Kerja 1
(Sumber: TikTok.com/ @ganjarpranowo, 2024)

Gambar diatas adalah contoh dari konten kampanye politik berbasis online dengan strategi politainment yang mengemas visi misi dan program kerja pasangan calon nomor urut 03, Ganjar Pranowo dan Mahfud MD. Konten yang diunggah pada tanggal 2 Januari 2023 tersebut berdurasi kurang lebih 3 menit, dengan memberikan narasi penyelesaian masalah pemenuhan pendidikan dasar bagi rakyat Indonesia dengan mengusung program kerja bidang pendidikan yang diperkenalkan dengan nama Satu Keluarga Miskin Satu Sarjana untuk seluruh masyarakat Indonesia terutama bagi golongan yang kurang mampu untuk mendapatkan akses pendidikan dan meraih pendidikan tinggi.

Konten tersebut berhasil mendapatkan 8.146 ribu likes, 307 komentar, dibagikan sebanyak 117 kali dan disimpan oleh 436 pengguna TikTok. Apabila dikaitkan dengan definisi konsep tema konten visi misi dan program kerja, konten kampanye diatas bertujuan untuk sosialisalisasi program kerja yang diusung. Diharapkan output dari unggahan ini adalah audiens mendapat paparan program kerja pendidikan Paslon 03 dengan baik.



Gambar 4. 5 Contoh Konten Indikator Visi Misi dan Program Kerja 2
(Sumber: TikTok.com/ @ganjarpranowo, 2024)

Gambar diatas merupakan salah satu contoh konten visi misi dan program kerja yang diusung pasangan calon nomor urut 03 dibidang bantuan sosial. Pada konten tersebut, informasi program kerja dikemas dengan format jedag jedug, atau konten dengan metode editing yang populer dikalangan pengguna aplikasi TikTok. Pesan agenda politiknya dikemas dengan menggunakan narasi pantun berbunyi “Naik sepeda hari sabtu, pulangnya beli cenil. KTP Sakti hanya satu kartu, tapi bikin bansos lebih adil.” Kemudian konten ditutup dengan animasi seorang pemimpin yang visualnya menyerupai Ganjar Pranowo yang tengah membagikan bantuan makanan kepada masyarakat. Animasi tersebut dilengkapi teks bertuliskan KTP SAKTI BIKIN BANSOS LEBIH ADIL serta penambahan musik jedag jedug.

Pesan utama yang dikemas dan coba disalurkan melalui unggahan tersebut menjadi alasan peneliti mengkategorikan konten tersebut ke dalam unit analisis konten politainment dengan tema visi misi dan program kerja. Konten yang diunggah pada 28 Desember 2023 tersebut berhasil mendapatkan 15.2 ribu likes, 440 komentar, dibagikan sebanyak 253 kali, dan disimpan oleh 706 pengguna. Konten tersebut sejalan dengan definisi politainment yang dimengerti sebagai pengemasan agenda, pesan, dan informasi politik dengan format-format yang menghibur agar lebih mudah untuk dinikmati karena dengan politainment, diskusi politik tidak akan terasa berat seperti politik konvensional.



Gambar 4. 6 Contoh Konten Indikator Visi Misi dan Program Kerja
(Sumber: TikTok.com/ @ganjarpranowo, 2024)

Konten diatas merupakan salah satu contoh konten unit analisis yang masuk ke dalam kategorisasi tema visi misi dan program kerja. Berbeda dengan dua konten sebelumnya yang dikemas dengan format editing, konten diatas menampilkan potongan perhelatan kampanye Ganjar Pranowo yang berlangsung secara luar jaringan. Konten yang diunggah pada tanggal 9 Desember 2023 tersebut berhasil mendapatkan 3.097 likes, 160 komentar, dibagikan sebanyak 39 kali dan disimpan oleh 160 pengguna. Pada klip tersebut, Ganjar Pranowo mensosialisasikan salah satu program kerjanya yang bergerak di bidang teknologi dengan istilah GRATISIN. GRATISIN adalah program pemerataan akses internet yang cepat, gratis, dan merata bagi seluruh anak sekolah diberbagai daerah Indonesia. Ganjar percaya dengan mendukung anak-anak sekolah untuk bisa mendapatkan akses fasilitas internet yang memadai akan berkontribusi untuk mendorong pertumbuhan industri kreatif.

4.2.2.3. Tema Informasi Personal

Tema konten informasi personal di akun TikTok @ganjarpranowo mengacu pada jenis konten yang berfokus pada aspek-aspek personal dan kehidupan sehari-hari kandidat Capres. Aspek kehidupan pribadi yang dimaksud dapat mencakup dinamika dengan keluarga, hobi, dokumentasi kegiatan sehari-hari terlepas dari kampanye, pandangan pribadi, serta momen-momen khusus yang tidak berkaitan dengan agenda politik atau kampanye resmi.

Konten berisikan informasi pribadi diproduksi dengan tujuan tersendiri, yakni: 1) membentuk koneksi emosional. Dengan menyaksikan sisi manusiawi seorang pemimpin potensial, audiens yang berpihak sebagai DPT Pemilu 2024 akan merasa lebih dekat dan terhubung secara emosional dengan kandidat capres. Hal ini dapat membuat kandidat lebih mudah diterima dan dipercayai oleh publik. 2) Membangun citra positif. Menampilkan sisi inspiratif dari kandidat capres seperti sosok hangat dalam keluarga, dedikasi hobi yang sehat, dan kehidupan yang seimbang dapat membentuk citra yang lebih simpatik dan manusiawi. 3) Memantik interaksi audines. Konten yang berbau personal mudah untuk memancing interaksi audiens, seperti likes, comment, dan shares. 4) Menonjolkan kepribadian atau keaslian dengan gamaran yang autentik dan jujur tentang kandidat tersebut sebagai seorang individu, terlepas dari peran politiknya. Hal ini membantu membangun kepercayaan dengan audiens karena keaslian merupakan aspek yang diapresiasi dalam komunikasi politik. Dibawah berikut peneliti jabarkan hasil analisis beberapa konten bertema informasi personal yang mewakili unit analisis penelitian ini:



Gambar 4. 7 Contoh Konten Indikator Informasi Personal 1
(Sumber: TikTok.com/@ganjarpranowo, 2024)

Konten diatas adalah unit analisis penelitian yang diunggah pada periode Desember tepatnya pada tanggal 16 Desember 2023. Unggahan tersebut berhasil mendapatkan 7.570 likes, 576 komentar, dibagikan sebanyak 57 kali dan disimpan oleh 321 pengguna. Gambar diatas adalah salah satu konten yang termasuk ke dalam segmen #MalminGan, suatu segmen tanya jawab yang dihadirkan Ganjar Pranowo untuk menjawab sejumlah pertanyaan yang diajukan audiens di kolom komentarnya.

Dalam konten tersebut, Ganjar Memilih tiga pertanyaan audiens yang dipilihnya langsung dari kolom komentar unggahan terdahulu. Pertanyaan-pertanyaan tersebut berupa: 1) Pengen kepoo, biasanya kalo lagi family time ngapain aja nih pak sama Alam dan Bu Atiqoh?? 2) Yang lulus banyak tapi yang nganggur juga banyak. Gimana nih pak? Pusing banget cari kerjaan... dan 3) Kalo ga sengaja ketemu bapak, boleh foto bareng ga?. Peneliti memasukkan konten diatas ke dalam kategorisasi unit analisis dengan tema informasi personal berdasarkan isi konten tersebut. 2 dari 3 pertanyaan mengacu ke informasi personal Ganjar Pranowo sebagai seorang individu, sementara satu pertanyaan lain dari pengguna yang menanyakan solusi pencarian kerja dijawab Ganjar dengan memberikan arahan melamar pekerjaan dan motivasi tanpa mensosialisasikan program kerja atau informasi yang berhubungan dengan kepentingan politik lainnya.



Gambar 4. 8 Contoh Konten Indikator Informasi Personal 2
(Sumber: TikTok.com/@ganjarpranowo, 2024)

Konten tersebut merupakan unit analisis yang termasuk kedalam kategorisasi tema informasi personal. Konten diatas menampilkan dialog Ganjar Pranowo yang tengah bersantai bersama kalangan wartawan. Wartawan tersebut menanyakan perihal bagaimana rutinitas Ganjar Pranowo membersihkan muka yang dipoles riasan make up ketika melaksanakan Debat Calon Presiden yang disiarkan di televisi. Ganjar Pranowo kemudian menjawab bahwa ia hanya menuruti urutan membersihkan muka anjuran istrinya. Dalam konten tersebut juga menampilkan interaksi Ganjar Pranowo dengan sejumlah wartawan wanita yang memberikannya edukasi terkait kebersihan muka yang disinggungnya sebagai konsultasi kecantikan. Konten yang diunggah pada 15 Januari 2024 tersebut

berhasil mendapatkan 54.2 ribu likes, 668 komentar, dibagikan sebanyak 277 kali dan disimpan oleh 1.876 pengguna.

4.2.3. Bentuk Politainment

Analisis isi konten dalam penelitian ini juga digunakan peneliti untuk menentukan bentuk politainment dari tiap unit analisis berdasarkan kategori yang telah ditentukan pada alat ukur sebelumnya. Relevansi konten terhadap indikator dalam alat ukur penelitian akan ditinjau berdasarkan kesesuaian definisi tiap indikator yang telah ditetapkan. Sehingga hasil analisis diharapkan akan menjawab rumusan masalah pada penelitian ini mengenai pengemasan politainment calon presiden di akun tiktok @ganjarpranowo pada periode kampanye legal 28 November 2023 – 10 Februari 2024.

Dalam penelitian ini, kategorisasi bentuk politainment konten kampanye politik online yang diunggah pada akun TikTok @ganjarpranowo terdiri atas personalisasi, emosionalisasi, dan tabloisasi. Dalam menganalisis, peneliti memperhatikan seluruh satuan pengamatan berupa video, caption, narasi, penggunaan bahasa, dan keterlibatan figur lainnya di dalam konten tersebut. Setelah melakukan pengelompokan berdasarkan bentuk politainment dari tiap konten TikTok akun @ganjarpranow, hasil yang dapat dilampirkan peneliti adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Tabel Analisis Kategori Bentuk Politainment

Kategori	Indikator	Deskripsi	Jumlah Postingan	%
Politainment	Personalisasi	Konten yang berfokus pada unsur personal. Memasukkan privasi, trivia, dan keterlibatan <i>public figure</i> serta peristiwa tertentu.	29	36%
	Emosionalisasi	Konten politik menekankan aspek emosional. provokasi, penciptaan simpati terhadap aktor atau peristiwa politik dengan dramatisasi dan sensasionalisme.	20	25%
	Tabloidsasi	Konten politik dikemas dengan menambahkan bahasa venikular (gaul dan unik), simplifikasi pengemasan agenda politik, contohnya dengan menggunakan QnA	31	38%

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan paparan data di atas, terdapat temuan menarik yang peneliti dapatkan, berikut adalah:

1. Konten politainment dengan pendekatan tabloisasi merupakan konten yang paling banyak diunggah dengan jumlah 31 dari 80 konten.
2. Konten politainment dengan pendekatan emosionalisasi adalah bentuk politainment yang paling sedikit diaplikasikan, dengan jumlah 20 konten saja dari keseluruhan 80 konten (unit analisis).

Data di atas merepresentasikan pendekatan politainment yang paling banyak diaplikasikan Ganjar Pranowo pada kampanye politik melalui akun TikTok pribadinya. Bentuk tabloisasi dalam politainment bertujuan untuk membuat politik menjadi lebih menarik dan mudah diakses oleh masyarakat umum, serta untuk meningkatkan popularitas dan citra politikus melalui media sosial dan saluran komunikasi lainnya.

Tabloisasi menekankan aspek penggunaan bahasa venikular, seperti istilah gaul dan unik dan simplifikasi pengemasan agenda politik. Hal ini sejalan dengan citra yang dibangun Ganjar Pranowo di akun TikTiknya yang tak lain adalah sebagai aktor politikus yang modern dan berjiwa muda. Bentuk paling banyak lainnya adalah personalisasi yang menyorot hal-hal personal yang tak jarang lepas dari kepentingan politik, trivia, dan keterlibatan public figure dalam agenda kampanye politiknya seperti selebriti, influencer, dan aktor politik lainnya. Sedangkan bentuk dengan persentase produksi konten terendah ada pada emosionalisasi.

4.2.3.1. Personalisasi

Bentuk personalisasi konten politainment pada akun TikTok @ganjarpranowo mengemas diskusi politik yang kerap kali dikaitkan dengan aspek personal aktor politik tersebut untuk memberikan kesan tentang kepribadian, nilai-nilai, dan motivasi mereka. Output dari konten ini diharapkan dapat menumbuhkan rasa kepercayaan dan menarik simpati dari calon pemilih. Berikut ini peneliti sajikan analisis isi konten kampanye politik online dengan pendekatan politainment

yang tergolong dalam kategori personalisasi:



Gambar 4. 9 Contoh Konten Indikator Personalisasi 1
(Sumber: TikTok.com/@ganjarpranowo, 2024)

Gambar di atas adalah contoh unggahan konten politainment personalisasi yang diunggah pada 09 Januari 2024. Konten tersebut menampilkan potongan pemaparan program kerja paslon nomor urut 03 oleh Ganjar Pranowo di perhelatan debat capres 07 Januari 2024. Konten berdurasi 01 menit 31 detik tersebut berhasil memperoleh 3.467 like dan 275 komentar.

Dalam potongan video tersebut, Ganjar Pranowo menyampaikan apresiasinya terhadap aparat kepolisian negara Indonesia yang berintegritas tinggi. Ganjar Pranowo kemudian menyampaikan bahwa sebagai anak dari seorang anggota kepolisian, beliau sangat paham bahwa hal tersebut adalah sesuatu yang sulit untuk dipertahankan. Namun beliau meyakini bahwa keberhasilan tersebut akan senantiasa dipelihara karena menjadi salah satu capaian yang diusahakan paslon Ganjar Pranowo dan Mahfud MD.

Apabila dikaitkan dengan pengertian unsur personalisasi pada politainment menurut (Elmaghraby, 2021), potongan pidato yang disampaikan Ganjar Pranowo dalam kesempatan debat pada video tersebut memuat informasi personal dimana beliau mengaitkan isu yang sedang dibawakan dengan statusnya sebagai anak dari seorang aparat kepolisian. Latar belakang yang relevan dengan kasus atau isu yang dibawakan meningkatkan kredibilitas kandidat dalam menangani isu tersebut. Audiens atau rakyat cenderung lebih percaya pada seseorang yang telah melalui dan menangani situasi serupa, dan dianggap memiliki pengetahuan praktis dan keterampilan yang relevan. Pengalaman pribadi membuat seorang aktor politik lebih relatable, dipercaya, dan dihormati oleh rakyat. Hal ini dikarenakan mereka

dianggap memiliki pemahaman yang lebih mendalam dan autentik perihal isu yang dihadapi oleh masyarakat.



Gambar 4. 10 Contoh Konten Indikator Personalisasi 2
(Sumber: TikTok.com/@ganjarpranowo, 2024)

Gambar diatas menunjukkan konten akun TikTok @ganjarpranowo yang diunggah pada tanggal 4 Februari 2024 dengan format video komplikasi beberapa foto dokumentasi busana yang dikenakan pasangan Ganjar Pranowo dan Mahfud MD selama menghadiri perhelatan debat Capres 2024. Konten tersebut berhasil meraih 20.2 ribu likes dan 759 jumlah komentar.

Apabila dikaitkan dengan pengemasan konten kampanye politik online dengan startegi politainment, bentuk personalisasi dapat ditinjau melalui isi konten dan penambahan caption yang mendukung. Caption pada postingan tersebut berbunyi “Outfit kece karya anak bangsa dong, nantikan debat malam ini untuk melihat outfit kita yang kece”. Kalimat bernada ajakan tersebut seolah menjadikan busana Paslon sebagai daya tarik audiens terhadap debat capres 2024, yang mana hal tersebut menyampingkan urgensi agenda debat itu sendiri.

Tim kampanye kerap menggunakan pakaian sebagai alat untuk menarik perhatian. Pakaian bisa membawa pesan simbolis yang mencerminkan sikap, pandangan, atau pesan poliytik tertentu dan hal ini dianggap menarik perhatian publik. Ganjar Pranowo ingin menunjukkan bahwa paslon nomor urut 03 merupakan kandidat pemimpin yang modis namun tetap nasionalis dengan tetap menggunakan produksi anak bangsa. Dengan begitu konten tersebut dapat dikatakan sebagai bentuk personalisasi dari strategi politainment dalam kampanye politik online calon presiden 2024.



Gambar 4. 11 Contoh Konten Indikator Personalisasi 3
(Sumber: TikTok.com/@ganjarpranowo, 2024)

Gambar diatas menunjukkan konten akun TikTok @ganjarpranowo yang diunggah pada tanggal 31 Januari 2024. Konten tersebut merupakan video potongan agenda kampanye luring Ganjar Pranowo bersama sekumpulan anak muda tepatnya saat melakukan diskusi dengan salah satu peserta. Konten tersebut mendapatkan 30.9 ribu likes dan sebanyak 2.812 komentar.

Dalam potongan diskusi tersebut, seorang peserta menanyakan langsung kepada Ganjar Pranowo apakah beliau percaya pada anak-anak muda yang sudah mulai menunjukkan partisipasinya terhadap dunia politik. Ganjar kemudian menjawab bahwa ia tentunya percaya karena berdasarkan pengalaman pribadi yang sudah terjun ke dunia politik sejak usia muda, Ganjar Pranowo mempercayai semangat anak muda Indonesia sebagaimana ia mempercayai dirinya dahulu. Ganjar Pranowo menuturkan, bahwa anak muda dengan pemahaman kritis terhadap politik kerap ia tawarkan untuk bersinergi bersama dalam satu barisan.

Perilaku ini adalah contoh dari bentuk personalisasi dalam startegi politainment. Ketika aktor politik merujuk pada pengalaman pribadi dan menghubungkan isu yang tengah dibahas dengan pengalaman pribadi akan membuat pesan lebih konkret dan mudah dipahami audiens. Dalam konteks politik, personalisasi dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk membangun kepercayaan dan mempengaruhi opini publik. Karenanya menjawab isu dengan berdasarkan pengalaman pribadi adalah strategi yang sering digunakan oleh aktor politik untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut.

4.2.3.2. Emosionalisasi

Konten yang memanfaatkan unsur emosional cenderung lebih menarik perhatian dan meningkatkan keterlibatan audiens. Emosi seperti haru, kemarahan, atau kesedihan dapat memicu dorongan respons yang kuat seperti berbagi, mengomentari, atau menyukai postingan. Apabila dikaitkan dengan bentuk politainment menurut (Elmaghraby, 2021), bentuk emosionalisasi dari konten politainment dalam kampanye politik online yang dilakukan Ganjar Pranowo di akun TikTok @ganjarpranowo dilihat melalui indikasi Konten politik menekankan aspek emosional. provokasi, penciptaan simpati terhadap aktor atau peristiwa politik dengan dramatisasi dan sensasionalisme. Dari jumlah keseluruhan 80 unit analisis yang telah dikaji, peneliti menemukan 20 konten politainment unggahan akun TikTok @ganjarpranowo yang tergolong ke dalam klasifikasi bentuk emosionalisasi. Berikut peneliti uraikan hasil analisis konten politainment di akun TikTok @ganjarpranowo berkaitan dengan unsur emosionalisasi:



Gambar 4. 12 Contoh Konten Indikator Emosionalisasi 1
(Sumber: TikTok.com/@ganjarpranowo, 2024)

Konten di atas merupakan contoh konten politainment bernuansa emosionalisasi yang diunggah di akun TikTok @ganjarpranowo sebagai salah satu atribut kampanye politik berbasis online di media sosialnya. Konten yang diunggah pada 3 Desember 2023 itu berhasil mendapatkan 18.4 ribu penyuka, 1.072 komentar dan dibagikan lebih dari 908 kali, serta disimpan oleh 1.065 pengguna.

Dengan format video yang ditambahkan musik sentimental, konten tersebut menyajikan potongan momen interaksi Ganjar Pranowo dengan seorang uskup agung Kupang saat sedang melangsungkan kunjungan kerja ke Keuskupan Agung

Kupang. Dalam videonya, Uskup Petrus Turang menyambut berpesan apabila Ganjar Pranowo terpilih menjadi Presiden 2024 agar ia memberikan pelayanan baik dan sederhana namun menyentuh kebutuhan masyarakat Kupang terutama golongan rakyat rentan. Uskup menekankan mandat pada Ganjar Pranowo untuk memberikan kerja nyata untuk memberikan kepedulian terhadap sesama.

Pada menit 00:55, video beralih menunjukkan momen kunjungan kerja Ganjar Pranowo ke Dewan Pimpinan MUI Nusa Tenggara Timur dan bertemu langsung dengan jajaran pimpinan MUI NTT untuk mendengarkan mandat dan harapan mereka kepada Ganjar Pranowo apabila terpilih menjadi Presiden. Yang mana salah satu dari anggota dewan mengingatkan Ganjar untuk menjaga kesatuan dan kedamaian agama sebaik-baiknya dengan tetap medekati para rohaniawan para tokoh agama seperti ulama, para pendeta, pastor, dan jajarannya. Anggota dewan MUI NTT juga menyampaikan harapan mereka agar program kerja di NTT diprioritaskan dan tidak disamakan dengan program di kota.

Konten dengan unsur keagamaan menunjukkan sisi religius membentuk citra sebagai individu yang menjunjung nilai-nilai spiritual yang kuat. Agama sering terkait dengan isu-isu sosial dan politik yang penting. Politikus yang menggunakan konten keagamaan bisa menunjukkan posisi mereka dalam berbagai isu yang relevan dengan agama, seperti keadilan sosial, etika dalam pemerintahan, dan kebijakan publik. Seperti yang dilakukan Ganjar Pranowo yang secara langsung datang untuk mendengarkan masukan dari berbagai pemuka agama. Penggunaan konten keagamaan juga bisa menjadi strategi politik untuk menarik basis pemilih tertentu dengan membangun serta memperkuat dukungan dari kelompok-kelompok keagamaan.



Gambar 4. 13 Contoh Konten Indikator Emosionalisasi 2
(Sumber: TikTok.com/@ganjarpranowo, 2024)

Konten di atas merupakan contoh konten politainment bernuansa emosionalisasi yang diunggah di akun TikTok @ganjarpranowo sebagai salah satu atribut kampanye politik berbasis online di media sosialnya. Konten yang diunggah pada 30 Januari 2023 ini mendapatkan 5.230 ribu penyuka, 337 komentar, dan dibagikan sebanyak 217 kali serta disimpan oleh 319 pengguna.

Konten yang berisikan momen ketika Ganjar Pranowo memberikan motivasi kepada rakyat saat melangsungkan kampanye luar jaringan ini bernarasi Hidup itu perjuangan, bro. Ada tingkatannya, tidak melompat, tidak bisa. Kecuali kamu anaknya siapa dan kemudian dilanjutkan dengan editing jedag-jedug yang populer di TikTok ini tergolong ke dalam emosionalisasi karena bernuansa sindiran atau sarkas. Mengingat salah satu kandidat Calon Presiden berhasil dicalonkan menjadi Capres usia yang sangat muda berlatarbelakang anak dari Presiden yang akan segera melepas jabatannya.

Apabila dikaitkan dengan konsep emosionalisasi dalam politainment, sindiran memicu reaksi emosional yang kuat dari audiens, baik itu kemarahan ataupun kekecewaan. Sindiran, terlebih yang disampaikan dengan cerdas dan kreatif memiliki elemen hiburan yang tinggi, disaat yang bersamaan dapat menyederhanakan pesan politik yang kompleks menjadi sesuatu yang mudah dicerna publik. Ini membuat politikus tampak menarik dan menghibur, yang mana aspek ini adalah esensi dari politainment. Sederhananya, penggunaan sindiran membangun emosionalisasi politainment dengan menggabungkan emosional dan hiburan, meningkatkan keterlibatan audiens juga menyampaikan pesan politik dengan cara yang lebih menarik dan efektif.



Gambar 4. 14 Contoh Konten Indikator Emosionalisasi 3
(Sumber: TikTok.com/@ganjarpranowo, 2024)

Konten di atas merupakan contoh konten politainment bernuansa emosionalisasi yang diunggah di akun TikTok @ganjarpranowo sebagai salah satu atribut kampanye politik berbasis online di media sosialnya. Konten yang diunggah pada 6 Februari 2024 itu berhasil mendapatkan 1.7 juta likes, 69.4 ribu komentar, dibagikan sebanyak 28 ribu kali serta disimpan oleh lebih dari 86.4 ribu pengguna.

Konten tersebut memperoleh ledakan engagement karena memuat keterlibatan lawan politik dalam kontestasi Pemilu, yakni kandidat Capres nomor urut 2 Prabowo Subianto secara eksplisit. Apabila dikaitkan dengan sensasionalisme, konten tersebut seolah menyoroti aspek dramatis dan mengejutkan dari sebuah peristiwa dan diunggah dengan tujuan menarik perhatian dan minat publik. Video tersebut menunjukkan potongan momen ketika kedatangan Ganjar Pranowo untuk kunjungan kerja dihadap oleh pendukung paslon nomor urut 02. Ganjar Pranowo kemudian turun dari kendaraannya untuk menyapa timses 02 dan mengajak mereka untuk makan siang bersama. Ganjar juga menegur salah satu darinya yang berniat untuk menggulung spanduk Prabowo – Gibran dan memintanya untuk Kembali membentangkan spanduk tersebut untuk foto bersama sebagai pesan persatuan dan perdamaian.

Menampilkan lawan politik meegaskan elemen dramatis dan sensasional dalam konten. Hal ini didukung oleh konflik, persaingan, dan debat yang terjadi di antara para politikus sering kali didramatisasi dan dieksploutasi untuk memproduksi cerita lebih menarik dan menghibur, yang mana keduanya merupakan esensi dari politainment. Menampilkan lawan politik juga meningkatkan popularitas dan visibilitas baik dari aktor politik maupun lawannya. Konten ini berpotensi besar untuk viral karena audiens cenderung tertarik pada dinamika dan drama politik. Singkatnya, kemunculan lawan politik dalam media sosial politikus seperti contoh di atas dikategorikan sebagai sensasionalisme politainment karena mengadopsi elemen-elemen sensasional dan dramatis untuk menarik perhatian, membangkitkan emosio, dan menghibur audiens, dengan berorientasi pada keberhasilan agenda politik tertentu.

4.2.3.3. Tabloisasi

Bentuk tabloisasi konten politainment yang diunggah aktor politik, dalam penelitian ini Ganjar Pranowo di akun TikTok @ganjarpranowo mengacu pada format pengemasan konten politik dengan unsur tabloid, seperti penggunaan bahasa venikular yang gaul dan unik serta simplifikasi agenda dan pesan politik. Tabloisasi dalam konteks kampanye politik yang disalurkan melalui media sosial dirancang untuk meningkatkan visibilitas sekaligus menarik ketertarikan publik atau audiens terhadap agenda dan pesan politik yang lebih mudah untuk dinikmati karena menghibur dan tidak berat seperti praktik literasi politik dengan metode konvensional.

Konten dengan pengemasan tabloisasi menjadi bentuk politainment yang mendominasi unit analisis pada penelitian ini. Dari total keseluruhan 80 konten, 31 konten diantaranya masuk dalam golongan bentuk tabloisasi. Berikut peneliti uraikan hasil analisis konten politainment di akun TikTok @ganjarpranowo berkaitan dengan unsur tabloisasi:



Gambar 4. 15 Contoh Konten Indikator Tabloisasi 1
(Sumber: TikTok.com/@ganjarpranowo, 2024)

Konten diatas merupakan contoh konten politainment dengan pengemasan tabloisasi yang diunggah di akun TikTok @ganjarpranowo sebagai salah satu atribut kampanye politik berbasis online di media sosialnya. Konten yang diunggah pada 6 Januari 2024 ini mendapatkan 133.9 ribu likes, 4.744 komentar, dibagikan sebanyak 1.076 kali dan disimpan oleh setidaknya 8.387 pengguna. Konten #MalminGan merupakan segmen tanya jawab yang dihadirkan Ganjar Pranowo sebagai fasilitas penyaluran pertanyaan, penyapaian dukungan serta kritik yang

dengan langsung ditanggapi oleh Ganjar.

Dalam segmen #MalminGan di atas, pertanyaan seputar syarat menjadi menantunya menjadi pembuka (opening) dari konten tersebut. Pertanyaan ini menjadi daya tarik tersendiri sebab anaknya pada saat itu tengah menjadi sorotan media dan populer di kalangan anak muda. Kemudian pertanyaan beralih pada komentar audiens yang menanyakan perihal solusi bantuan sosial seperti Pendidikan, Kesehatan, dan lain sebagainya. Yang kemudian oleh Ganjar dijawab dengan mensosialisasikan publik dengan salah satu program kerjanya yaitu KTP Sakti. Pertanyaan selanjutnya dalam segmen tersebut adalah perihal kebiasaan unik Ganjar Pranowo di rumah yang dijawab langsung oleh anaknya, Alam Ganjar. Kemudian segmen tersebut ditutup dengan pertanyaan perihal syarat menjadi besan Ganjar Pranowo yang dijadikan sebagai opening konten.

Apabila dikaitkan dengan bentuk tabloisasi, segmen #MalminGan merupakan contoh yang relevan untuk merepresentasikan bentuk tabloisasi itu sendiri. Sebab sejatinya segmen tersebut dibentuk untuk simplifikasi diskusi politik, penyampaian pesan dan agenda politik seperti sosialisasi program kerja dengan format yang lebih menarik bagi audiens, yaitu Question and Answer atau QnA. Dengan menyelipkan beberapa pertanyaan trivia dan personal yang ingin diketahui publik.



Gambar 4. 16 Contoh Konten Indikator Tabloisasi 2
(Sumber: TikTok.com/@ganjarpranowo, 2024)

Konten di atas merupakan contoh konten politainment dengan pengemasan tabloisasi yang diunggah di akun TikTok @ganjarpranowo sebagai salah satu atribut kampanye politik berbasis online di media sosialnya. Konten yang diunggah pada 31 Januari 2024 dan berhasil memperoleh 1.1 juta likes, 41.7 ribu komentar,

dibagikan lebih dari 31 ribu kali, serta disimpan oleh lebih dari 74 ribu pengguna.

Unggahan konten tersebut dikemas dengan format slide gambar berisikan dua gambar yang kemudian diiringi musik jedag jedug. Slide gambar pertama memuat teks pantun jenaka bernuansa romantis, “Agar silaturahmi tidak terputus, bolehkah kamu bersamaku terus” yang dilanjutkan dengan slide gambar kedua yang menampilkan Ganjar Pranowo sedang berada diposisi handstand. Adapun tambahan caption pada unggahan konten ini yang juga menggunakan pantun berbunyi “Cumi-cumi makan kedondong, oke dong?”

Apabila dikaitkan dengan konsep politainment, aspek tabloisasi dalam konten ini terlihat dari penggunaan bahasa venikular atau unik dan gaul seperti yang tercantum pada narasi slide gambar pertama dan caption postingan konten tersebut, di mana Ganjar Pranowo mengaplikasikan humor yang dipopulerkan anak muda di media sosial. Dengan menggunakan bahasa ini, aktor politik menciptakan citra yang jenaka dan gaul, sehingga pihaknya lebih mudah terhubung dengan audiens muda. Menggunakan humor tren dan populer yang sedang tren membantu aktor politik tetap relevan dan menunjukkan bahwa mereka mengikuti perkembangan terkini, dengan output peningkatan engagement dan interaksi dengan konten mereka. Dengan demikian penggunaan bahasa venikular oleh aktor politik di konten media sosialnya adalah strategi tabloisasi yang dirancang untuk meningkatkan engagement, relevansi, dan kedekatan dengan audiens terutama generasi muda.

4.2.4 Tanggapan Terhadap Konten

Pada penelitian ini tanggapan terhadap konten menjadi salah satu unsur yang digunakan oleh peneliti untuk melihat pengemasan politainment calon presiden di akun TikTok @ganjarpranowo pada periode kampanye pemilu legal 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024. Tanggapan konten ini akan dianalisis menggunakan metode analisis isi kualitatif (content analysis) untuk melihat bagaimana tanggapan audiens terhadap konten politainment sebagai atribut kampanye politik berbasis online di media sosial. Relevansi konsep terhadap indikator dalam alat ukur akan dilihat berdasarkan 5 komentar teratas dalam

postingan konten pada unit analisis.

Tanggapan akan ditinjau dengan mengacu pada dua kategori tanggapan yakni tanggapan positif dan tanggapan negative. Tanggapan dalam konten tersebut data dikatakan positif apabila 5 komentar urutan teratas bernada positif, seperti pernyataan setuju, kalimat dukungan atau ungkapan support, dan ekspresi positif lainnya dalam kolom komentar. Sebaliknya, konten tersebut dapat dikatakan konten dengan komentar negative apabila 5 komentar teratas berisikan komentar dengan nuansa buruk, seperti penggunaan sarkasme, sindiran, kalimat agresif, penolakan, hingga makian.

Hasil analisis dari kedua kategori tanggapan tersebut kemudian akan menghasilkan jawaban rumusan masalah kecil penelitian ini terkait tanggapan audiens terhadap konten politainment calon presiden di akun TikTok @ganjarpranowo. Dari total keseluruhan unit analisis yang berisikan 80 konten, peneliti menemukan sebanyak 51 konten tergolong memiliki tanggapan positif, sementara 29 konten lainnya memperoleh tanggapan negative.

Tabel 4. 4 Tabel Analisis Kategori Tanggapan

Kategori	Indikator	Definisi	Jumlah Postingan	%
Tanggapan Konten	Positif	- Pernyataan setuju - Ungkapan dukungan - Ungkapan pujian/apresiasi - Tawa	51	63%
	Negatif	- Penggunaan sarkasme - Sindiran - Kalimat agresif - Penolakan dan makian	29	38%

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan pendataan pada tabel diatas peneliti menemukan sejumlah temuan menarik yang kemudian dijabarkan sebagai berikut:

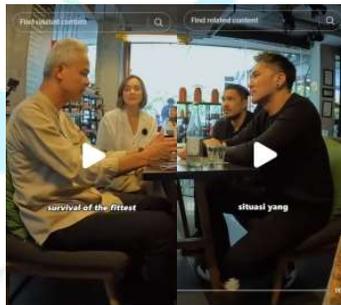
1. Sebagian besar konten politainment yang termasuk ke dalam unit analisis dari penelitian ini memperoleh tanggapan positif. Dibuktikan dengan persentase sebesar 63% atau sebanyak 51 konten dari total keseluruhan 80 konten.
2. Selisih antara konten dengan tanggapan positif dengan konten dengan tanggapan negatif cukup besar, dimana peneliti hanya menemukan 29 konten dari 80 konten atau 38% saja konten yang mendapat tanggapan

negatif dari audiens.

Hasil analisis ini juga dapat dimaknai sebagai penerimaan publik terhadap penerapan strategi politainment calon presiden dalam konten media sosial yang difungsikan sebagai atribut kampanye politik berbasis online. Dengan memanfaatkan politainment secara bijaksana, calon Presiden dapat meningkatkan efektivitas kampanye dan mencapai tujuan politiknya dengan cara yang lebih dinamis dan inklusif. Sedang di sisi publik, audiens lebih mudah untuk menerima pesan politik dengan sajian ringan, menghibur dan tidak kompleks.

4.2.4.1 Tanggapan Positif

Suatu konten dapat dikatakan memperoleh tanggapan yang positif dengan menilai dari 5 reaksi teratas di kolom komentar. Yang termasuk ke dalam tanggapan positif adalah segala komentar bernuansa positif seperti ungkapan setuju, ungkapan dukungan, ungkapan apresiasi atau pujian dan respon tawa dari audiens. Di bawah ini peneliti sajikan elaborasi analisis isi dari konten pada unit analisis penelitian ini yang memperoleh tanggapan positif.

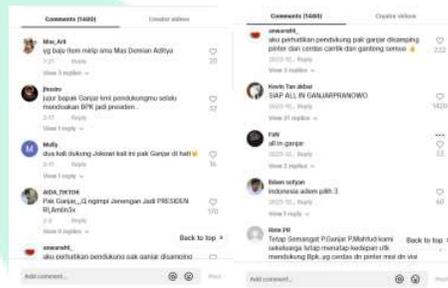


Gambar 4. 17 Contoh Konten Indikator Tanggapan Positif 1
(Sumber: TikTok.com/@ganjarpranowo, 2024)

Gambar diatas merupakan contoh konten yang tergolong ke dalam unit analisis yang memperoleh banyak tanggapan positif dari audiens. Unggahan pada 4 Desember 2023 itu mendapatkan 69.9 ribu likes, 1.480 komentar, dibagikan sebanyak 702 kali dan disimpan oleh 3.097 pengguna. Jumlah likes pada konten tersebut menandakan bahwa audiens menyukai dan menganggap bahwa konten

tersebut menarik. Konten tersebut berisikan potongan motivasi yang dituturkan Ganjar Pranowo pada momen talkshow ringan dengan selebriti Sara Wijayanto dan pasangannya Damian. Ganjar Pranowo menyampaikan bahwa meski ia menjalani masa kecil yang tidak mudah dan penuh kekurangan, ia tidak pernah putus asa dan selalu mau untuk berjuang untuk meraih kesuksesan. Pesan untuk tidak mudah menyerah dan harus memiliki resiliensi terhadap kehidupan adalah inti dari motivasi yang disampaikan Ganjar tidak hanya kepada Sara Wijayanto dan Damian, namun juga kepada audiens.

Berikut peneliti lampirkan beberapa tanggapan positif audiens yang berupa komentar mendukung dalam kolom komentar konten di atas:



Gambar 4. 18 Contoh Tanggapan Positif 1
(Sumber: TikTok.com/@ganjarpranowo, 2024)

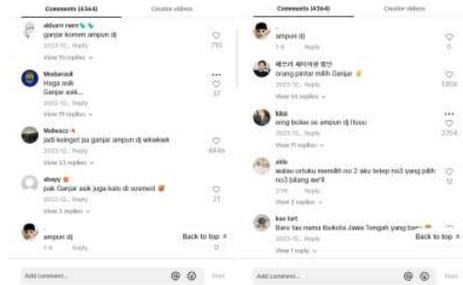
Berdasarkan potongan kolom komentar di atas, motivasi untuk selalu memelihara semangat dan melatih resiliensi pribadi yang disampaikan oleh Ganjar Pranowo kepada publik berhasil meningkatkan simpati dan dukungan audiens terhadapnya. Dibuktikan dengan banyaknya komentar bernada dukungan seperti “jujur bapak Ganjar kami pendukungmu selalu mendoakan bapak jadi Presiden”, "sip all in Ganjar Pranowo”, “all in Ganjar” dan “Indonesia adem pilih 03”.



Gambar 4. 19 Contoh Konten Indikator Positif 2
(Sumber: TikTok.com@ganjarpranowo, 2024)

Gambar diatas merupakan contoh konten yang tergolong ke dalam unit analisis yang memperoleh banyak tanggapan positif dari audiens. Unggahan pada 19 Desember 2023 itu mendapatkan 157.1 ribu likes, 4.364 komentar, dibagikan sebanyak 953 kali, disimpan oleh 9.191 pengguna. Jumlah likes pada konten tersebut menandakan bahwa audiens menyukai dan menganggap bahwa konten tersebut menarik.

Dalam konten tersebut tampak dua anak kecil ditanya perihal Ibukota Jawa Tengah dan salah satu diantaranya menjawab Ganjar. Jawaban anak ini kemudian dijadikan bahan candaan pada detik selajutnya yang menampilkan editan wajah Ganjar Pranowo pada peta Jawa Tengah. Kedua anak tersebut kemudian ditanyai siapa Presiden Indonesia ke-2, yang dijawab oleh salah satunya dengan menyebut Ganjar Pranowo. Konten itu kemudian diakhiri dengan editing mode jedag jedug dan komplikasi foto Ganjar Pranowo diiringi musik remix. Berdasarkan jumlah likes yang diperoleh konten tersebut, didukung dengan komentar, share dan saved atau jumlah pengguna yang menyimpan konten tersebut dapat disimpulkan bahwa unggahan tersebut direspon dengan positif oleh audiens yang merasa terhibur dan menyukai konten jedag jedug demikian. Berikut beberapa contoh tanggapan positif yang tertera di kolom komentar pada postingan konten berikut:



Gambar 4. 20 Contoh Tanggapan Positif 2
(Sumber: TikTok.com/@ganjarpranowo, 2024)

Berdasarkan kolom komentar diatas, tidak ditemukan kalimat berkonotasi negatif seperti sindiran, cacian, sarkasme, dan ujaran-ujaran agresif lainnya. Sebaliknya, kebanyakan komentar berbunyi “ampun DJ” yang mengacu pada jenis humor viral di kalangan pengguna TikTok yang era dikaitkan dengan Ganjar Pranowo karena ia salah satu aktor politik yang menggunakan humor tersebut di dalam konten media sosialnya termasuk pada konten di atas. Adapun komentar lain yang berbunyi pujian seperti “Ganjar asik juga kalau di sosmed”, dan komentar dukungan seperti “orang pintar milih Ganjar”.

4.2.4.2 Tanggapan Negatif

Suatu konten dapat dikatakan memperoleh tanggapan yang positif dengan menilai dari 5 reaksi teratas di kolom komentar. Yang termasuk ke dalam tanggapan positif adalah segala komentar bernuansa positif seperti ungkapan setuju, ungkapan dukungan, ungkapan apresiasi atau pujian dan respon tawa dari audiens. Di bawah ini peneliti sajikan elaborasi analisis isi dari konten pada unit analisis penelitian ini yang memperoleh tanggapan positif:

Suatu konten dapat dikatakan memperoleh tanggapan yang negative dengan menilai dari 5 reaksi teratas di kolom komentar. Yang termasuk ke dalam tanggapan positif adalah segala komentar bernuansa negatif seperti ujaran penolakan, penggunaan kalimat sindiran dan sarkasme, ledekan, cacian dan kalimat agresif lainnya. Tanggapan negatif dapat timbul sebagai respon dari ketidaksetujuan audiens terhadap konten tersebut.

Di bawah ini peneliti sajikan elaborasi analisis isi dari konten pada unit

analisis penelitian ini yang memperoleh tanggapan negatif:



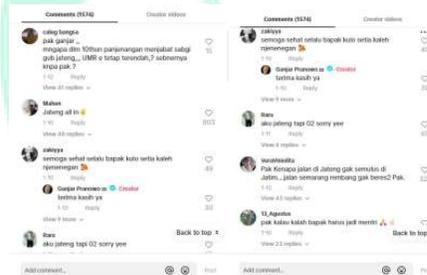
Gambar 4. 21 Contoh Konten Indikator Negatif 1
(Sumber: TikTok.com/@ganjarpranowo, 2024)

Gambar diatas merupakan contoh konten yang tergolong ke dalam unit analisis yang memperoleh banyak tanggapan positif dari audiens. Unggahan pada 10 Januari 2024 itu mendapatkan 26.4 ribu likes, 1.574 komentar, dibagikan sebanyak 343 kali dan disimpan oleh 945 pengguna. Jumlah likes yang dapat dikatakan cukup banyak menjadi penanda bahwa konten tersebut disukai oleh audiens, akan tetapi tanggapan dari konten tersebut justru kontras dengan perolehan likes tersebut.

Dalam konten tersebut, ditampilkan beberapa klip pendek beserta beberapa foto interaksi dan kedekatan Ganjar Pranowo dengan masyarakat. Narasi pada konten tersebut berbunyi “Tiga hal yang selalu saya dapatkan dalam lapangan yang pertama adalah, ketika masyarakat mengungkapkan perasaan mereka akan sebuah harapan dari kontestasi pemilu, yang pertama terkait dengan perut. Pak Ganjar, kenapa harga beras nggak turun-turun, sudah 6 bulan. Petani kemudian berbicara kenapa pupuk kami langka dan subsidi selalu dikurangi. Nelayan berharap betul adanya kemudahan ketika kemudian peralatannya tidak bisa terpenuhi. Yang kedua, kenapa kami yang tidak mempunyai kemampuan lebih untuk bisa membiayai pendidikan dan kami masuk kelompok putus sekolah, ini akses Pendidikan. Kemudian yang ketiga, kenapa kemudian kami tidak bisa mendapatkan akses Kesehatan yang sama. Ibu-ibu yang sedang hamil, maka ketika semua orang berbicara stunting, bantulah kami. Inilah beberapa suara-suara yang selalu dititipkan. Maka ketika kami turun, ada harapan besar yang mereka tumpahkan agar ketika kemudian kepercayaan itu diberikan, rubahlah nasib kami”

Sejatinya, konten tersebut mengemas sisi humanis Ganjar Pranowo sebagai seorang pemimpin yang memahami kebutuhan masyarakat, dibuktikan dengan narasi yang menekankan bahwa pemahaman atas tiga esensi kepemimpinan tersebut tercipta atas pengalamannya puluhan tahun berpikrah di dunia politik. Membagikan cerita pribadi yang relevan untuk menunjukkan bagaimana visi dan misi kandidat terbentuk dari pengalaman mereka adalah pesan dari konten diatas.

Namun apabila memperhatikan isi pesan dan tujuan konten dengan jumlah likes yang konten tersebut dapatkan, tanggapan audiens terhadap konten tersebut justru kontras. 5 tanggapan teratas pada kolom komentar postingan tersebut berisi sindiran dan ketidaksetujuan. Dibawah ini merupakan contoh dari tanggapan negatif yang peneliti temukan dalam kolom komentar postingan konten tersebut:



Gambar 4. 22 Contoh Tanggapan Negatif 1 (Sumber: TikTok.com/@ganjarpranowo, 2024)

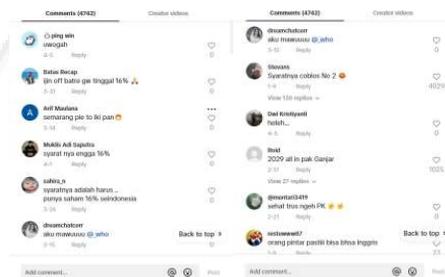
Dapat dilihat dari kolom komentar ini, alih-alih memberikan kalimat dukungan tanggapan teratas justru berisikan seorang pengguna yang mempertanyakan kinerja Ganjar Pranowo selama 10 tahun menjabat sebagai Gubernur Jawa Tengah yang tidak mengalami peningkatan Upah Minimum Rakyat (UMR) serta menanyakan alasan dari permasalahan tersebut. Dua pertanyaan selanjutnya memperlihatkan audiens yang menyampaikan dukungannya terhadap Ganjar Pranowo, sementara komentar selanjutnya memberikan tanggapan negatif dengan menuliskan kalimat bernada sindiran dan meledek bertuliskan “aku Jateng tapi 02” 02 pada komentar ini merujuk pada pasangan calon nomor urut 02, Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming. Urutan terakhir dari 5 komentar teratas juga mengutarakan pertanyaan menyudutkan Ganjar Pranowo. Pengguna tersebut menuliskan “Pak kenapa jalan di Jateng gak semulus Jatim...jalan Semarang dan Rembang gak beres2 Pak”. Atas komentar dengan penyampaian bernada negatif ini

maka peneliti mengkategorikan konten tersebut ke dalam unit analisis dengan tanggapan negatif.



Gambar 4. 23 Contoh Konten Indikator Negatif 2
(Sumber: TikTok.com/@ganjarpranowo, 2024)

Pada analisis sebelumnya konten diatas masuk ke dalam kategori tabloisasi. Segmen tanya jawab atau QnA berisikan 3 pertanyaan dengan rincian 1 pertanyaan perihal program kerja dan 2 pertanyaan lain yang membahas kehidupan personal Ganjar Pranowo terlepas dari agenda dan kepentingan politik. Konten yang diunggah pada 6 Januari 2024 ini mendapatkan 133.9 ribu likes, 4.744 komentar, dibagikan sebanyak 1.076 kali dan disimpan oleh setidaknya 8.387 pengguna. Kontras dengan engagement yang dihasilkan, unggahan tersebut memancing banyak sekali tanggapan negatif dari audiens. Dibawah ini merupakan contoh dari tanggapan negatif yang peneliti temukan dalam kolom komentar postingan konten tersebut:



Gambar 4. 24 Contoh Tanggapan Negatif 2
(Sumber: TikTok.com/@ganjarpranowo, 2024)

Berdasarkan beberapa tanggapan yang dapat dilihat dari kolom komentar konten diatas dipenuhi dengan sindiran dan sarkasme seperti komentar 16 persen.

Sindiran dan sarkasme 16 persen tersebut mengacu pada hasil pemungutan suara yang diperoleh pasangan calon nomor urut 03 pada Pemilihan Umum 2024. Tanggapan utama di 5 urutan teratas kolom komentar konten tersebut bertuliskan “Uwogah” yang berasal dari kata “ogah” atau ekspresi dari ketidaksetujuan. Adapun komentar pada urutan ketiga yang merupakan kalimat tanya bernada sindiran bertuliskan “Semarang pie to pan” yang berarti dalam bahasa Jawa “Semarang bagaimana itu?” dilanjutkan dengan komentar ledakan pada urutan terakhir yang bertuliskan “Syaratnya adalah harus...punya saham 16% se-Indonesia”.

4.2.5. Pembahasan Penelitian

Kampanye politik berbasis online bukanlah suatu konsep yang baru. Seiring dengan perkembangan digitalisasi dan regenerasi masyarakat yang menjadi golongan dominan dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT) perhelatan Pemilihan Umum, pengemasan dan penyaluran kampanye politik online juga harus menyesuaikan dengan karakteristik golongan dominan DPT. Seperti yang tertera pada bagian sebelumnya, pada Pemilu 2024 golongan generasi yang dominan berasal dari kalangan generasi milenial dan generasi Z yang memiliki karakteristik pengguna aktif media sosial dan lebih tertarik pada politik kontemporer. Hal ini mendasari fenomena banyaknya aktor politik, yang pada penelitian ini adalah kandidat calon presiden yang menggunakan konten media sosial sebagai atribut pelaksanaan kampanye politik berbasis daring di platform media sosial.

TikTok sebagai platform media sosial yang populer terutama di kalangan generasi muda dilirik oleh kandidat calon presiden sebagai medium pelaksanaan kampanye politik online dengan mempertimbangkan kelebihan pada sistem filtrasi konten berdasarkan algoritma. Regulasi rekomendasi algoritmik ini menciptakan peluang bagi penggunaannya untuk sewaktu-waktu menjadi viral (Cervi, 2021). Komunikasi politik dengan konten TikTok terjalin dengan pengalaman yang lebih interaktif dan variatif. Namun, untuk menjalankan kampanye politik online dengan format konten TikTok, kreator memerlukan penyusunan klasifikasi agenda khusus berupa tema konten. Tema konten yang konsisten mempermudah tim kampanye untuk mengevaluasi efektivitas strategi mereka. Dengan data yang dikumpulkan

dari interaksi audiens mereka dapat menyesuaikan tema dan pendekatan untuk meningkatkan hasil kampanye.

Temuan penelitian ini menjabarkan tiga bentuk tema konten kampanye politik berbasis online di akun TikTok @ganjarpranowo, diantaranya adalah sosial, visi misi dan program kerja, serta informasi personal. Ketiga tema tersebut memiliki inti dari masing-masing agenda, dimana tema sosial diciptakan untuk membangun kepercayaan masyarakat dan menarik simpatisan dengan menampilkan sisi humanis dan empati dari kandidat Calon Presiden dan bagaimana komitmen Capres terhadap isu sosial dan kesejahteraan masyarakat. Temuan menarik dari penelitian ini adalah tema sosial dan tema informasi personal memiliki jumlah produksi konten yang lebih besar ketimbang konten visi misi dan program kerja. Meski perbedaannya tidak terlalu signifikan, dengan rincian: konten dengan tema sosial sebanyak 29 atau 36%, konten dengan tema informasi personal sebanyak 26 konten atau 32%, yang terakhir konten visi misi dan program kerja sebanyak 25 atau 31%. Apabila dikaitkan dengan konsep politainment yang disinggung pada bagian sebelumnya yang menjelaskan bahwa politainment adalah bentuk komunikasi yang bertujuan untuk menciptakan kesan aktor politik tersebut adalah digur yang mudah dijangkau. (Suryawati, 2021)

Politainment yang diaplikasikan dalam kampanye politik berbasis online yang dilakukan di media sosial pun mengemas bentuk-bentuk tertentu. Dalam penelitian ini, strategi politainment calon presiden di TikTok dijelaskan dengan tiga bentuk besar, personalisasi, emosionalisasi, dan tabloisasi. Berdasarkan hasil temuan penelitian ini, bentuk politainment yang dominan dilakukan Capres 2024 pada akun TikTok @ganjarpranowo adalah tabloisasi. Sederhananya, tabloisasi adalah penyajian konten politik di media sosial dengan karakteristik tabloid, seperti penggunaan bahasa gaul dan unik dan simplifikasi agenda dan pesan politik. Peneliti menemukan sebanyak 31 dari total keseluruhan 80 konten atau sebesar 38% konten merupakan tabloisasi. Diikuti dengan bentuk personalisasi sebanyak 29 konten atau sebesar 36% dan bentuk emosionalisasi sebanyak 20 konten dengan persentase terendah 25%.

Temuan ini sejalan dengan definisi konsep besar politainment sendiri yang merujuk pada fenomena pengemasan agenda dan informasi politik disalurkan

dengan format-format yang menghibur. Berdasarkan hasil analisis, Ganjar Pranowo kerap menggunakan bahasa gaul serta humor viral di kalangan anak muda terutama ekosistem platform TikTok. Selain bahasa gaul, pada kontennya Ganjar Pranowo juga kerap mengaplikasikan metode editing kekinian yang dikenal dengan jedag jedug oleh generasi muda dan mengaitkan dirinya dengan slogan venikular seperti “Ampun DJ”. Temuan penelitian ini senada dengan Heryanto dalam (Pratiwi) yang menyebutkan politainment mengkonruksikan realitas dari reputasi tertentu yang diharapkan. Tabloisasi menekankan sisi modern dari seorang Ganjar Pranowo yang awam dengan tren TikTok, ini menciptakan kesan gaul dan jenaka. Kontras dengan persona yang ditunjukkan pada saat menjalankan tugas sebagai seorang aktor politik yang berwibawa dan santun.

Selanjutnya perbedaan persona yang ditunjukkan oleh Ganjar Pranowo di platform media sosial dibandingkan dengan kehidupan nyata ketika sedang menjalankan tugasnya sebagai seorang politikus dapat memberikan dampak yang signifikan. Sementara startegi politainment membantu mendorong partiisipasi dan meningkatkan atensi masyarakat dengan kepekaan politik yang minim dengan mengemas agenda, pesan, dan diskusi politik dengan format yang menghibur dan sederhana, risiko terhadap kredibilitas dan kepercayaan juga tidak bisa diabaikan. Tanggapan dari publik di media soisal mencerminkan pandangan yang beragam dan penerimaan terhadap politainment yang diterapkan aktor politik tersebut dalam kontennya.

Penelitian ini juga menganalisis tanggapan audiens terhadap konten kampanye politik berbasis online di akun TikTok @ganjarpranowo yang kemudian dapat dipakai untuk menilai apakah publik dapat menerima strategi politainment yang diterapkan Ganjar Pranowo sebagai kandidat Calon Presiden 2024 di akun media sosialnya. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas konten politainment dapat diterima dengan baik oleh publik, dibuktikan dengan hasil analisis dari total 80 konten politainment, 51 diantaranya atau sebesar 51% mendapat tanggapan positif berupa persetujuan, ungkapan dukungan, pujian dan apresiasi. Sementara konten dengan tanggapan negatif hanay ditemukan sebanyak 29 konten atau sebesar 38% dari total keseluruhan. Sementara tanggapan negatif yang ditemukan peneliti pada saat menganalisa konten pada penelitian ini

didominasi kalimat sindiran, sarkasme, dan pertanyaan yang terkesan menyudutkan.

