

Politik Identitas dalam Kampanye Politik Ganjar Pranowo Menjelang Pilpres 2024

Anggita Cahya Rosdiana

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Humaniora, Universitas Muhammadiyah Magelang, Indonesia
anggitacahyaaa33@gmail.com

Annis Azhar Suryaningtyas

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Humaniora, Universitas Muhammadiyah Magelang, Indonesia
annisazhars90@gmail.com

Diserahkan: 6 Januari 2024; Direvisi: 16 Maret 2024; Diterima: 20 Maret 2024

Abstract

Identity politics refers to political strategies that focus on specific group identities such as race, religion, ethnicity, gender, sexual orientation, or other characteristics. In the context of presidential elections, it involves political strategies that try to mobilize support from various identity groups. The 2024 presidential election in Indonesia is the focus of national public attention. However the problem that occurred before the presidential election was the existence of identity politics in the campaign carried out by one of the presidential candidates, Ganjar Pranowo. This research aims to analyze identity politics using Castells' identity politics theory in Ganjar Pranowo's political campaign. This research uses a descriptive qualitative research method. The research was conducted with content analysis, namely observing and understanding some of the identity politics carried out by Ganjar on social media. The results show that Ganjar Pranowo utilizes various identity politics strategies with the aim of building a positive image, Ganjar seeks to legitimize his identity as a religious figure by appearing in adzan broadcasts, his participation in the MasterChef Indonesia entertainment show raises questions behind the motives for his participation, so it is considered a political campaign that shows element of identity resistance, Ganjar's identity project through various posts on social media, including prayer moments and visits to Islamic boarding school, aims to create a political image as a strong religious figure, and gain support from religious groups.

Keywords: Identity Politics, Political Campaign, Presidential Election

Abstrak

Politik identitas mengacu pada strategi politik yang berfokus pada identitas kelompok tertentu seperti ras, agama, etnis, gender, orientasi seksual, atau karakteristik lainnya. Dalam konteks pemilihan presiden melibatkan strategi politik yang mencoba menggerakkan dan memobilisasi dukungan dari berbagai kelompok identitas. Pemilihan presiden 2024 di Indonesia menjadi fokus perhatian publik nasional. Namun, problem yang terjadi menjelang pilpres yakni adanya politik identitas dalam kampanye yang dilakukan oleh salah satu calon presiden yakni Ganjar Pranowo. Penelitian ini bertujuan menganalisis politik identitas menggunakan teori politik identitas Castells dalam kampanye politik yang dilakukan Ganjar Pranowo. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, penelitian dilakukan dengan analisis konten yakni mengamati dan memahami beberapa politik identitas yang dilakukan Ganjar di media sosial. Hasil penelitian menunjukkan Ganjar Pranowo memanfaatkan berbagai strategi politik identitas dengan tujuan membangun citra positif, Ganjar berupaya melegitimasi identitas sebagai tokoh yang religius dengan muncul dalam tayangan adzan, keikutsertaannya di acara hiburan MasterChef Indonesia menimbulkan pertanyaan dibalik motif keikutsertaannya, sehingga dianggap sebagai kampanye politik yang menunjukkan elemen resistensi identitas, proyek identitas dilakukan Ganjar melalui berbagai postingan di media sosial, termasuk momen sholat dan kunjungan ke pesantren, bertujuan untuk menciptakan citra politik sebagai tokoh agama yang kuat, serta mendapatkan dukungan dari kelompok agama.

Kata Kunci: Kampanye Politik, Pemilihan Presiden, Politik Identitas

PENDAHULUAN

Pemaknaan politik identitas dalam jurnal berjudul *Identity Politics in Indonesia* yang ditulis oleh (Habibi, 2017), menurut Kemala politik identitas biasanya digunakan sebagai alat memanipulasi alat untuk menggalang politik guna kepentingan ekonomi dan politik. Namun, pada bagian lain, argument Kemala mengalami kemunduran penafsiran dengan mengatakan bahwa: dalam politik identitas tentu saja ikatan kesukuan mendapat peranan penting, ia menjadi simbol-simbol budaya yang potensial serta menjadi sumber kekuatan untuk aksi-aksi politik. Secara definisi menurut Syafi'i tahun 2012 politik identitas diartikan lebih terkait dengan masalah etnisitas, agama, ideologi, dan kepentingan-kepentingan lokal yang pada umumnya diwakili oleh elite-elite (Dauly, Kusmanto, & Kadir, 2019). Politik identitas mengacu pada strategi politik yang berfokus pada identitas kelompok tertentu seperti ras, agama, etnis, gender, orientasi seksual, atau karakteristik lainnya. Dalam politik identitas kelompok-kelompok ini dianggap sebagai entitas politik dengan kepentingan, tujuan dan hak tertentu yang berbeda dengan kelompok lain. Politik identitas dapat memimpin pembentukan koalisi diantara kelompok-kelompok yang memiliki kepentingan serupa. Koalisi ini dapat menjadi kekuatan politik yang signifikan. Dalam konteks pemilihan presiden sering melibatkan strategi politik yang mencoba menggerakkan dan memobilisasi dukungan dari berbagai kelompok identitas. Calon presiden atau partai politik berupaya membentuk koalisi dengan kelompok identitas untuk memperkuat basis dukungan mereka. Hal ini dapat mencakup negosiasi dan komitmen terhadap kebijakan dan perubahan yang diinginkan kelompok-kelompok tersebut.

Pemilihan presiden 2024 di Indonesia menjadi fokus perhatian publik nasional. Namun, problem yang terjadi menjelang pilpres yakni adanya politik identitas dalam kampanye yang dilakukan oleh salah satu calon presiden yakni Ganjar Pranowo. Ganjar Pranowo merupakan seorang politisi Indonesia yang menjabat sebagai Gubernur Jawa Tengah, dan merupakan anggota Partai demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P). Ganjar Pranowo telah menjabat sebagai Gubernur Jawa Tengah sejak tahun 2013, dan pada pemilihan umum gubernur Jawa Tengah tahun 2018, berhasil terpilih Kembali untuk periode kedua. Ganjar Pranowo aktif di media sosial, menggunakan platform tersebut untuk berkomunikasi dengan masyarakat dan menyampaikan informasi terkait tindakan pemerintahannya. Selain itu, media sosial tersebut juga digunakan untuk berkampanye, dengan tujuan meningkatkan citra positif, menjelang Pilpres tahun 2024.

Kampanye politik merujuk pada serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh kandidat atau partai politik untuk mempromosikan diri dan mempengaruhi pendapat pemilih. Kampanye politik bertujuan untuk memperoleh dukungan pemilih dan memenangkan pemilihan umum atau pemilu lainnya seperti pilpres. Kampanye politik dianggap penting dalam proses demokrasi dan sistem politik modern, kampanye politik mendorong partisipasi aktif dari warga negara dalam proses demokrasi, dimana pemilih memiliki kesempatan untuk terlibat dalam pemilihan dan memberikan suaranya untuk memilih para pemimpin. Pada kampanye politik memberikan platform bagi calon dan partai politik untuk membantu meningkatkan pemahaman tentang visi, misi, dan kebijakan yang diusulkan. Melalui kampanye politik, masyarakat dapat berpartisipasi dalam diskusi dan aktivitas politik, hal ini menciptakan kesadaran masyarakat terhadap hal dan kewajiban masyarakat dalam sistem politik. Selain itu, kampanye politik sering kali melibatkan pembentukan koalisi dan dialog antara berbagai kelompok masyarakat, yang dapat menciptakan pemahaman Bersama dan Kerjasama untuk mencapai tujuan bersama.

Fenomena media online seperti media sosial kini mendukung interaksi sosial secara masal dan terorganisir, peran sosial media yang telah menggunakan teknologi berbasis web telah mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif, beberapa media sosial yang tengah populer saat ini antara lain Instagram, facebook, twitter, youtube, dan vlog (Fitriansyah, 2018). Media sosial sendiri terdiri dari

teknologi, praktik, atau komunitas online yang digunakan orang untuk membuat konten tertentu dan berbagi opini, wawasan, pengalaman, dan perspektif satu sama lain (Juwita, 2017). Kampanye politik di media sosial telah menjadi bagian integral dari strategi politik modern. Pemanfaatan platform-platform seperti facebook, twitter, Instagram, dan youtube memberikan calon dan partai kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan pemilih, mempromosikan pesan kampanye, dan membangun dukungan. Calon politik dan partai menggunakan media sosial untuk menggerakkan pemilih, mendorong mereka untuk memberikan suara, dan memberikan informasi tentang cara berpartisipasi dalam pemilihan, selain itu, media sosial juga digunakan untuk mengumumkan dan mengorganisir acara kampanye seperti rapat umum, pertemuan kandidat, dan kunjungan lapangan. Penggunaan konten kreatif seperti video kampanye, infografis, dan meme politik dapat membantu menarik perhatian pemilih dan memicu pembagian melalui fitur share. Analisis media sosial dapat digunakan untuk memonitor opini publik, memahami tren, dan menyesuaikan strategi kampanye berdasarkan umpan balik yang diterima.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis politik identitas dalam kampanye politik yang dilakukan Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 menggunakan teori politik identitas oleh Castells. Selain itu, penelitian ini akan menyumbangkan pemahaman yang lebih mendalam tentang politik identitas dan dinamika politik di Indonesia, serta akan memberikan pandangan yang lebih jelas tentang peran identitas dan agama dalam politik, yang digunakan oleh masyarakat untuk memahami dinamika politik saat ini.

Penelitian ini menganalisis tentang politik yang dilakukan Ganjar Pranowo dalam beberapa konteks menjelang pilpres 2024, penelitian ini membahas bagaimana media massa dalam hal tayangan adzan digunakan sebagai alat komunikasi politik dalam konteks pemilihan presiden. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian sekarang yang dapat dijadikan pembanding dengan sekarang: *Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Idzam Fautanu, Buhori M, Heri Gunawan tahun 2020, dengan judul artikel Politik Identitas dalam Pilkada DKI Jakarta tahun 2017: Perspektif Pemikiran Politik Nurcholish Madjid (Fautanu, M, & Gunawan, 2020). Penelitian ini menggunakan teori perilaku sosial, menggunakan metode penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwapolitik identitas masyarakat muslim DKI Jakarta dilandasi agama dan pada prinsipnya adalah suatu keniscayaan dalam budaya politik. Sementara corak politik identitas masyarakat muslim DKI Jakarta dalam bentuk ukhawah islamiyah dan lebih kepada faktor budaya dan keagamaan. Diwujudkan dalam bentuk keaktifan dalam rangka mensukseskan kampanye, menggerakkan masyarakat muslim sebagai politik identitas dan mendukung kemenangan pasangan Anies-Sandi dalam Pilkada DKI Jakarta 2017. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah, penelitian terdahulu meneliti tentang perspektif pemikiran politik Nurcholish Madjid terkait politik identitas dalam Pilkada DKI Jakarta tahun 2017, sedangkan penelitian sekarang meneliti tentang politik identitas dalam kampanye politik yang dilakukan Ganjar Pranowo di media sosial menjelang Pilpres 2024.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Adiyana Slamet tahun 2019, dengan judul Identitas Politik dalam Komunikasi Politik Calon Gubernur Jawa Barat tahun 2018 (Slamet, 2018). Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Hasil penelitian ini menunjukkan penggunaan identitas politik dalam komunikasi politik calon Gubernur Jawa Barat. Ada beberapa temuan, antara lain pertama, pentingnya identitas politik untuk meyakinkan pemilih dalam kontestasi pemilihan Gubernur Jawa Barat tahun 2018, kedua, identitas politik yang digunakan melalui simbol-simbol politik dengan retorika verbal dalam menghadapi konstituen baik secara langsung maupun di media lama maupun baru, ketiga, penggunaan identitas politik melalui simbol nonverbal, seperti baju dan ikat kepala yang kemudian menjadi kekhasan dari calon, dan keempat, identitas politik dilakukan dengan memunculkan simbol-simbol agama, seperti yang digunakan oleh pasangan Asyik dan Deddy

Mizwar. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah penelitian terdahulu meneliti adanya identitas politik dalam komunikasi calon Gubernur Jawa Barat pada tahun 2018, sedangkan penelitian sekarang meneliti tentang politik identitas dalam kampanye politik yang dilakukan Ganjar Pranowo di media sosial menjelang Pilpres 2024.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Maghfira Faraidiany, Heri Kusmanto & Warjio tahun 2019, dengan judul artikel Politik Identitas dalam Iklan Politik pada Pemilihan Kepala Daerah Sumatera Utara 2018 (Faraidiany, Kusmanto, & Warjio, 2019). Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa isu politik identitas masih dapat dilihat dari iklan kedua pasang kandidat dan mereka menggunakan isu identitas untuk menaikkan dukungan. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang adalah, penelitian terdahulu menganalisis adanya politik dalam iklan politik pada pemilihan Kepala Daerah Sumatera Utara 2018, dengan tujuan untuk menjelaskan identitas apa saja yang digunakan di dalam iklan politik para kandidat, sedangkan penelitian sekarang meneliti tentang politik identitas dalam kampanye politik yang dilakukan Ganjar Pranowo di media sosial menjelang Pilpres 2024.

KAJIAN PUSTAKA

TEORI POLITIK IDENTITAS

Menurut Castells dalam (Buchari, 2014), politik identitas adalah partisipasi individu dalam kehidupan sosial, yang lebih ditentukan oleh budaya dan psikologi individu tersebut. Identitas adalah proses konstruksi budaya dan psikokultural mendasar dari seorang individu yang memberi makna dan tujuan pada hidupnya, sebab pembentukan identitas muncul dari proses dialog internal dan interaksi sosial. Pada jurnal yang ditulis oleh (Yeni Sri Lestari, 2018), lebih lanjut Castells mengidentifikasi konstruksi identitas menjadi 3 model, yaitu.

Tabel 1. Model Teori Politik Identitas Castells

1. Legitimasi identitas	Identitas yang dikonstruksi oleh institusi (penguasa) yang dominan dalam kehidupan bermasyarakat. Institusi ini menunjukkan dominasinya dengan melekatkan sebuah identitas tertentu pada seseorang atau kelompok.
2. Resistensi identitas	Identitas yang dikaitkan dengan aktor sosial tertentu, pemberian identitas tersebut terjadi dalam kondisi tekanan akibat dominasi, menimbulkan resistensi dan membentuk identitas baru yang berbeda dengan kebanyakan anggota komunitas sosial lainnya. Konstruksi identitas ini kemudian dikatakan oleh Coulhoun sebagai politik identitas.
3. Proyek identitas	Konstruksi identitas pada model ini dilakukan oleh aktor sosial dari kelompok tertentu dengan tujuan untuk membentuk identitas baru agar dapat memperoleh kedudukan tertentu dalam masyarakat. Hal ini dapat terjadi akibat adanya gerakan sosial yang dapat mengubah seluruh struktur sosial.

KAMPANYE POLITIK

Dalam jurnal yang ditulis oleh (Fatimah, 2018), menurut Rice dan Paisley, kampanye adalah keinginan untuk mempengaruhi keyakinan dan tindakan orang lain melalui daya tarik komunikatif. Kampanye politik adalah suatu bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh sekelompok orang, individu, atau organisasi politik pada waktu tertentu dengan tujuan untuk memperoleh dukungan politik dari masyarakat. Menurut Lock dan Harris dalam jurnal yang ditulis oleh (Damayanti & Hamzah, 2017), kampanye politik erat kaitannya dengan pembentukan citra politik. Dalam kampanye politik membangun dua hubungan: internal dan eksternal. Hubungan internal adalah proses penguatan ikatan ideologi dan identitas antara anggota-anggota partai dan pendukungnya. Sementara hubungan eksternal dilakukan untuk menyampaikan citra yang ingin dibangun kepada pihak-pihak di luar partai, termasuk media massa dan masyarakat pada umumnya. Dalam politik modern, kampanye politik difokuskan pada pemilihan umum dan calon kepala negara atau pemerintahan (Fatimah, 2018). Seperti pemilihan presiden atau kepala negara, yang dapat dilihat masing-masing calon atau pendukung saling mengkampanyekan pihak masing-masing.

MEDIA SOSIAL

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein dalam jurnal yang ditulis oleh (Rafiq, 2020), media sosial didefinisikan sebagai sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun berdasarkan teknologi web 2.0 dan ideologi, yang memungkinkan penciptakaan dan pertukaran user-generated content, jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan orang lain untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Dalam jurnal yang ditulis oleh (Setiana, 2020), menurut Hopkins tahun 2008, mendefinisikan media sosial sebagai istilah yang tidak hanya mencakup berbagai platform media baru, namun juga sistem yang umumnya dianggap jaringan sosial, seperti FriendFeed, Facebook, dan lain-lain. Idenya adalah bahwa platform media yang berbeda memiliki komponen sosial dan berfungsi sebagai media komunikasi publik, definisi ini diikuti oleh Valenza tahun 2014, bahwa media sosial adalah platform internet yang memungkinkan individu untuk berbagi konten secara instan dan terus berkomunikasi dengan komunitasnya. Berdasarkan defisini para ahli tersebut, dapat dikatakan bahwa media sosial adalah sebuah platform atau media untuk berkomunikasi dengan orang lain di jaringan internet.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang menggambarkan proses dari waktu ke waktu dalam konteks natural tanpa rekayasa dan mendasar diri pada paradigma ilmiah yang menitik beratkan pada Upaya untuk menemukan pengetahuan baru yang belum ada dalam teori-teori sebelumnya (Nugrahani, 2014). Penelitian dilakukan dengan analisis konten yang menampilkan Ganjar Pranowo dalam tayangan adzan dan beberapa politik identitas lain yang dilakukan Ganjar Pranowo di media sosial. Adapun subjek penelitian ini adalah Ganjar Pranowo yang merupakan sorang politisi dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) yang mencalonkan diri menjadi presiden. Penelitian dilakukan secara langsung dengan mengamati dan memahami beberapa media sosial yang menampilkan politik identitas dalam kampanye politik yang dilakukan Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024. Hal ini disebut juga dengan observasi langsung secara audiovisual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis penelitian yang dilihat melalui teori politik identitas Castells, sebagaimana dijelaskan dalam studi oleh (Buchari, 2014) dan (Yeni Sri Lestari, 2018). Ganjar Pranowo sebagai aktor politik, terlihat

memanfaatkan tayangan adzan, menghadiri acara hiburan MasterChef Indonesia, juga memposting momen sholat serta kunjungan ke pesantren sebagai wadah untuk membangun dan mengkomunikasikan identitasnya.

1. Legitimasi Identitas

Identitas yang dikonstruksi oleh institusi (penguasa) yang dominan dalam kehidupan bermasyarakat. Dalam hal ini, Ganjar Pranowo muncul dalam tayangan adzan di stasiun televisi, yang merupakan institusi dominan dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat. Dapat diasumsikan bahwa motif di balik keterlibatannya adalah untuk melegitimasi identitasnya sebagai seorang tokoh agama yang religious. Dengan muncul dalam tayangan adzan, Ganjar menciptakan legitimasi identitas keagamaannya melalui media televisi.

2. Resistensi Identitas

Identitas yang dikaitkan dengan aktor sosial tertentu, pemberika identitas tersebut terjadi dalam kondisi tekanan akibat dominasi, menimbulkan resistensi, dan membentuk identitas baru yang berbeda dengan kebanyakan anggota komunitas sosial lainnya. Kehadirannya di acara hiburan seperti MasterChef Indonesia menunjukkan elemen resistensi identitas, di mana Ganjar menanggapi tekanan politik dengan menciptakan narasi keberagamaan. Dalam konteks ini, juga terdapat tekanan atau dominasi politik tertentu yang mengarahkan Ganjar Pranowo untuk menunjukkan identitas keagamaannya melalui tayangan adzan, sebagai bentuk resistensi terhadap dominasi politik tersebut.

3. Proyek Identitas

Konstruksi identitas pada model ini dilakukan oleh aktor sosial dari kelompok tertentu dengan tujuan untuk memperoleh kedudukan tertentu dalam masyarakat. Proyek identitas yang dijalankan melalui berbagai postingan di media sosial, termasuk momen sholat dan kunjungan ke pesantren bertujuan mendapatkan dukungan dari kelompok agama. Dalam hal ini, motif di balik keterlibatan Ganjar Pranowo adalah untuk menciptakan proyek identitas yang kuat sebagai tokoh agama yang dapat mempengaruhi dukungan pemilih dalam Pilpres 2024. Hal ini menjadi strategi politik yang digunakan untuk memperoleh dukungan tertentu dalam masyarakat.

GANJAR MUNCUL PADA TAYANGAN ADZAN MAGHRIB

Munculnya ganjar pranowo dalam tayangan adzan pada **Gambar 1**. menimbulkan kontroversi dan dianggap sebagai politik identitas. Dalam beberapa konteks politik, Ganjar Pranowo yang merupakan seorang politisi dari PDIP muncul dalam tayangan adzan menjelang Pilpres tahun 2024, yang mana Ganjar Pranowo menjadi salah satu yang mencalonkan diri sebagai presiden Indonesia. Adzan adalah panggilan sholat yang memiliki nilai sakral dalam islam, dan tayangan adzan sering digunakan untuk menyampaikan pesan keagamaan atau nilai-nilai moral. Penyiaran adzan maghrib di televisi dimaksudkan untuk mengajak masyarakat yang melihat adzan agar segera melaksanakan sholat. Tayangan adzan yang muncul dilayar televisi bertujuan untuk memberik peringatan kepada orang muslim untuk memenuhi panggilan sholat, adzan merupakan suatu tanda dimulainya sholat wajib tersebut, disamping itu masih banyak fungsi lain dari adzan, selain dimasjid atau mushola, adzan bisa dijumpai di media massa salah satunya adalah televisi (Dimiyati, 2018).



Gambar 1. Ganjar Pranowo muncul dalam tayangan adzan RCTI
Sumber: Screenshot Channel Youtube ATCH (ATCH, 2023)

Pada artikel yang ditulis oleh (Matasari, 2021), televisi merupakan media massa yang mengalami perkembangan pesat pada era sekarang. Dengan menciptakan suasana tertentu, yaitu menggabungkan antara media dan gambar. Televisi juga dapat dijadikan media dakwah. Kemampuan televisi dalam menarik perhatian massa menunjukkan dominasi geografis dan sosiologis media massa, harus diakui bahwa televisi mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap pembentukan pola pikir, opini masyarakat, dan perkembangan ilmu pengetahuan, televisi juga mampu mengubah sikap dan perilaku khalayak atau penontonnya (Chandra, 2019). Para penyiar televisi biasanya menginterupsi program televisinya yang dilakukan pada waktu sholat Islam untuk memutar video adzan. Meskipun klip video tersebut biasanya menampilkan adegan umat Islam yang sholat di masjid, namun belakangan ini klip video yang ditayangkan saluran MNC dan RCTI lebih banyak menampilkan Ganjar, calon presiden dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P), yang ditampilkan sholat di masjid. Video singkat ini mengajak umat islam untuk sholat maghrib. MNC dan RCTI adalah saluran yang dimiliki oleh pengusaha media yang menjadi politisi Hary Tanoesoedibjo, yang partainya Partai Perindo telah memutuskan untuk mendukung pencalonan Ganjar sebagai presiden (Suhenda, 2023).

GANJAR HADIR PADA ACARA MASTER CHEF INDONESIA

Master Chef Indonesia merupakan acara televisi pencarian bakat memasak yang tayang di stasiun televisi RCTI. Pada MasterChef Indonesia Season 11, selain nama Belinda dan Kiki yang menjadi peserta grand final yang mendapat perhatian, nama Ganjar Pranowo pun turut menjadi sorotan warganet. Pasalnya, pasangan calon nomor urut 3 pada Pilpres 2024 dan merupakan pasangan dari Mahfud MD, diketahui ikut serta dalam grand final MasterChef Indonesia Season 11. Keberadaan Ganjar Pranowo sontak menjadi tanda tanya dan nyinyir dari warganet karena dianggap sedang melakukan kampanye.



Gambar 2. Ganjar hadir di acara Master Chef Indonesia masuk ke pemberitaan online
 Sumber: Artikel AYOJAKARTA.COM (Barizky, 2023)

Pada **Gambar 2** terdapat screenshot pemberitaan media online yang menampilkan Ganjar Pranowo hadir di grand final MasterChef Season 11. Hal tersebut menjadi kontroversi dan sorotan warganet, sehingga menimbulkan pertanyaan motif dibalik hadirnya Ganjar di acara tersebut, dan dianggap sebagai kampanye, melihat Ganjar yang merupakan pasangan calon nomor 3 Pilpres 2024. RCTI menjadi stasiun yang menayangkan acara tersebut. MNC dan RCTI adalah saluran yang dimiliki oleh pengusaha media yang menjadi politisi Hary Tanoesoedibjo, yang partainya Partai Perindo telah memutuskan untuk mendukung pencalonan Ganjar sebagai presiden (Suhenda, 2023). Hadirnya Ganjar Pranowo pada program acara hiburan MasterChef Indonesia serta diberikan kesempatan memberikan hadiah kepada para pemenang Gran Final MasterChef Indonesia season 11 memicu warganet berkomentar hal tersebut.

“Master chef season 11 emang membagongkan. selain juaranya yg dr awal harusnya lebih pantes kiky ngga sih. di akhir masih ada surprise tambahan.”

Komentar akun TikTok @ngapainakudijogja, sumber artikel AYOJAKARTA.COM (Isyan, 2023)

“Kemarin adzan, hari ini yang nyerahin hadiah di masterchef, di tv yang sama.”

Dalam vidio yang diunggah oleh akun TikTok @ngapainakudijogja, sumber: artikel AYOJAKARTA.COM (Isyan, 2023)

Pemilik stasiun TV swasta yang menayangkan Grand Final MasterChef Indonesia season 11 juga menayangkan adzan yang didalamnya terdapat paslon nomor 3 adalah milik salah satu partai pendukung Ganjar Pranowo. Stasiun televisi RCTI selain menayangkan program acara Master Chef Indonesia, pada stasiun tersebut juga menampilkan adzan maghrib yang melibatkan Ganjar Pranowo sebagai talent. Hal ini jelas kedua program yang ada di stasiun televisi tersebut yang merupakan milik Hary Tanoesoedibjo membantu kampanye politik Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024.

POSTINGAN GANJAR MOMEN SEDANG SHOLAT

Sholat menjadi salah satu ibadah utama dalam agama Islam. Ibadah sholat merupakan bentuk pengabdian dan ketaatan seorang muslim kepada Allah SWT. Sholat adalah ritual ibadah yang dilakukan dengan gerakan dan doa-doa tertentu, dan merupakan salah satu dari lima rukun Islam. Sholat tidak hanya sekedar gerakan fisik, namun pada saat yang bersamaan diikuti dengan penyatuan hati dengan dzat yang tengah disembah. Dalam jurnal yang ditulis oleh (Maryam, 2018), sholat merupakan rukun islam

yang kedua setelah syahadat, islam didirikan di atas lima rukun, diantaranya merupakan sholat, sehingga barang siapa yang mendirikan sholat, maka ia telah mendirikan agama dan begitupun sebaliknya, barang siapa yang meninggalkan sholat maka ia meruntuhkan agamanya. Namun, mengunggah pengalaman saat sedang sholat di media sosial dapat menjadi tindakan yang cukup sensitive, terutama karena sholat adalah bagian dari ibadah yang sangat pribadi dan sakral dalam Islam.



Gambar 3. Postingan 14 November 2023 @ganjar_pranowo
 Sumber: [Instagram.com/@ganjar_pranowo](https://www.instagram.com/@ganjar_pranowo)

Pada Gambar 3. terdapat postingan instagram Ganjar Pranowo tengah melakukan sholat berjamaah di mana pada caption dijelaskan bersama Abuya Muhtadi dari pandeglang Banten yang menjadi imam sholat. Sholat menjadi momen pribadi dan intim antara seorang muslim dengan Allah. Beberapa orang merasa bahwa berbagi momen ibadah seperti sholat di media sosial dapat merusak privasi dan kehormatan ritual keagamaan. Dalam hal ini perlu dipertimbangkan niat dan tujuan di balik berbagi pengalaman sholat di media sosial, seperti berbagi inspirasi keagamaan, memberikan edukasi ataukah bagian dari kampanye politik yang dilakukan Ganjar Pranowo, di mana menunjukkan bahwa Ganjar merupakan seorang calon pemimpin muslim yang menjalankan kewajiban ibadah sholatnya. Namun, memahami audiens media sosial menjadi hal yang penting, beberapa orang menghargai berbagai momen keagamaan, sementara yang lain merasa bahwa hal ini terlalu pribadi untuk dibagikan di platform media sosial, seperti salah satu komentar yang terdapat pada postingan Gambar 3 tersebut.

“Pak masih sehat??. sholat kok pake di posting...laen kali Bpk jadi Imamnya, saya mw dgr bacaan Alqur’annya, sholat maghrib atau Isya gitu, Yaa Pak Yaa...” (akun instagram @atrzmhdj)

“Mau sholat aja pansos, segitunya bro wkw” (diikuti komentar akun Instagram @masjeck_123)

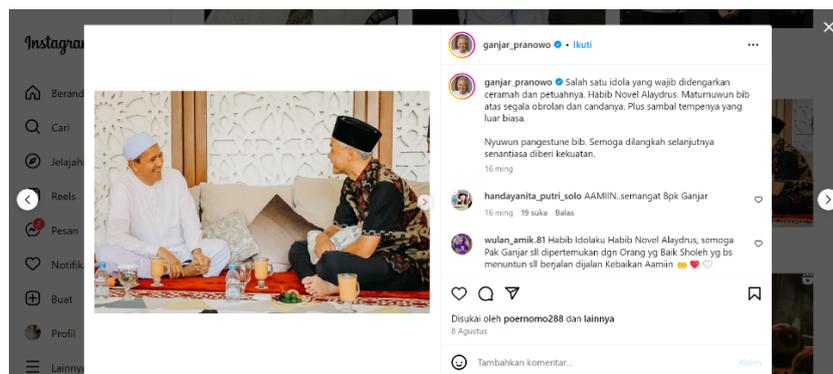
“udah kepalang nanggung muncul di azan magrib bang” (balasan komentar oleh akun Instagram @septiar_17)

Penggunaan elemen agama, termasuk sholat, dalam konteks politik dapat menimbulkan kontroversi dan dapat dianggap sebagai politik identitas. Politik identitas melibatkan penekanan pada aspek-aspek tertentu dari identitas seseorang, seperti suku, agama, ras, atau kelompok kultural, untuk memobilisasi dukungan dan memengaruhi pendapat pemilih. Ketika seorang politisi atau kandidat secara khusus menonjolkan praktik keagamaan, seperti berbagi momen sholat di media sosial atau memasukkan elemen agama dalam kampanye, hal tersebut dapat menjadi strategi politik identitas. Tujuan umumnya adalah

untuk mendapatkan dukungan dari kelompok agama tertentu, menunjukkan keterkaitan atau kesesuaian dengan nilai-nilai agama, dan membangun citra yang positif di kalangan pemilih yang mengidentifikasi diri dengan keyakinan tersebut. Pada jurnal yang ditulis oleh (Habibi, 2017), gerakan politik identitas pada hakikatnya merekonstruksi sebuah “narasi besar” yang secara fundamental menolak dan mengkonstruksi teori yang mengontrol faktor-faktor biologis sebagai konstitutif perbedaan mendasar sebagai realitas kehidupan, gerakan politik identitas cenderung membangun rezim apartheid yang terbalik, jika kekuasaan tidak dapat ditaklukan dan tujuan gerakan pemisahan kekuasaan tidak tercapai, pemisahan dan pengecualian diri dipandang sebagai solusi.

POSTINGAN INSTAGRAM GANJAR DENGAN ULAMA

Ulama merupakan sebutan untuk para cendekiawan dan ahli agama dalam Islam. Adigium bahwa ‘Ulama merupakan “pewaris nabi” (al-‘ulama’ warasat al-nabi), memberikan arti penting terhadap kedudukan dan status ulama dalam masyarakat Islam, sangat penting dan berpengaruh besar, di Indonesia, ulama menempati kedudukan yang sangat tinggi dalam kehidupan bermasyarakat. Hal itu disebabkan faktor sejarah penyebaran Islam di Indonesia terjadi ketika supermasi institusi khilafah sangat lemah, kondisi ini menjadikan peran ulama semakin kokoh di masyarakat bawah dengan munculnya pesantren (Huda, 2021). Ulama dianggap sebagai tokoh-tokoh moral dalam masyarakat. Mereka memberikan panduan adab dan etika, serta membantu memelihara nilai-nilai agama dan moralitas. Peran ulama dijadikan sebagai pemimpin Rohani dalam masyarakat Islam, dengan memberikan bimbingan spiritual, memberikan fatwa, dan membimbing umat dalam menjalankan agama.



Gambar 4. Postingan 8 Agustus 2023 @ganjar_pranowo

Sumber: [Instagram.com/@ganjar_pranowo](https://www.instagram.com/@ganjar_pranowo)

Pada **Gambar 4** terdapat postingan pada akun instagram Ganjar Pranowo yang menampilkan, ganjar sedang bersama Habib Novel Alaydrus. Habib Novel bin Muhammad Alaydrus lebih dikenal dengan Habib Novel Alaydrus atau Habib Novel merupakan seorang ulama, da'i, serta pimpinan majelis ilmu dan dzikir Ar-Raudhoh, Surakarta, Jawa Tengah. Habib Novel mendirikan Majelis Ar-Raudhah Solo, dan mendapat sambutan baik dari masyarakat, serta kajian yang diselenggarakan oleh beliau dihadiri oleh ribuan jamaah dari seluruh pelosok negeri, karena beliau berdakwah dengan gayanya sendiri dan selalu mengemas majelisnya seindah mungkin sehingga banyak dicintai oleh masyarakat (Ningsih, 2021). Ulama yang demikian mempunyai posisi penting dan strategis di tengah masyarakat, mereka menjadi kaum yang berada di tengah masyarakat namun lebih tinggi posisinya dibandingkan pemimpin, kedudukan penting ini karena pimpinan selalu membutuhkan nasihat, saran, dan masukan dari para ulama (Fida, 2014).

Namun, memposting foto di media sosial dengan ulama menjelang pilpres seperti yang Ganjar Pranowo lakukan pada **Gambar 4** dapat dianggap sebagai bentuk politik identitas. Berfoto dengan ulama,

Ganjar mencoba menghubungkan diri mereka dengan otoritas keagamaan dan mendapatkan dukungan dari komunitas beragama. Ini dapat dijadikan upaya untuk membangun citra sebagai pemimpin atau pendukung yang mendukung nilai-nilai keagamaan, sehingga menarik pemilih yang mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai tersebut. Ganjar mencoba menghubungkan diri dengan seorang ulama dengan tujuan mendapat dukungan, hal ini dapat dibuktikan dengan caption yang ditulis pada postingan tersebut.

“...Nyuwun pangestune bib. Semoga langkah selanjutnya senantiasa diberi kekuatan.”
(Caption pada postingan instagram @ganjar_pranowo, **Gambar 4**)

Maraknya penggunaan media sosial di masyarakat berpotensi menjadi sarana bagi para aktor politik untuk mendulang suara masyarakat, hal ini juga didukung fakta bahwa Indonesia adalah negara demokrasi dan memberikan wadah bagi masyarakat untuk menyampaikan aspirasinya, dalam konteks ini, media sosial juga dapat menjadi sarana pembentuk opini publik (Triantoro, 2019). Selain itu, media sosial sering dijadikan wadah kampanye politik karena jangkauannya yang luas dan kemampuan kandidat maupun partai untuk berinteraksi langsung dengan pemilih. Namun penggunaan media sosial dalam kampanye politik seringkali memunculkan isu politik identitas seperti pada salah satu postingan Ganjar Pranowo. Politik identitas melibatkan hubungan antara identitas pribadi atau kelompok dan politik. Identitas ini dapat mencakup faktor-faktor seperti ras, agama, jenis kelamin, orientasi seksual dan kelas sosial. Kampanye politik yang menggunakan politik identitas berfokus pada isu-isu yang berkaitan dengan identitas tersebut untuk mendapatkan dukungan.

POSTINGAN GANJAR DENGAN PARA SANTRI DI PESANTREN

Pesantren merupakan lembaga pendidikan islam yang berfokus pada pendidikan agama islam dan pengajaran Al-Quran, yang biasanya dijalankan oleh seorang kyai yakni pemimpin pesantren dan dapat menjadi tempat tinggal bagi santri yang merupakan peserta didik pesantren. Pesantren memiliki peran penting dalam pengembangan kehidupan keagamaan dan sosial di beberapa negara dengan mayoritas penduduk muslim, termasuk Indonesia. Menurut salah seorang tokoh agama KH. Abdurrohman Wahid, pesantren berarti tempat tinggal para santri, dan arti kata pesantren berasal dari kamus bahasa Arab yakni Funduq yang berarti asrama atau hotel, pernyataan tersebut menunjukkan makna dan juga mengenai pentingnya ciri-ciri suatu pesantren sebagai sebuah wilayah lingkungan pendidikan yang dinilai integral (Nasution, 2020).



Gambar 5. Postingan 8 Oktober 2023 @ganjar_pranowo
Sumber: [Instagram.com/@ganjar_pranowo](https://www.instagram.com/@ganjar_pranowo)

Pada **Gambar 5** terdapat salah satu postingan Instagram Ganjar Pranowo yang sedang mengunjungi sebuah pesantren yakni Ponpes Miftahul Huda, Manonjaya Tasikmalaya yang dijelaskan pada caption. Tokoh politik mencoba memanfaatkan identitas keagamaan dengan memilih lokasi yang memiliki konotasi keagamaan seperti pesantren, hal tersebut menciptakan kesan bahwa politisi tersebut mendukung dan terlibat aktif dengan komunitas keagamaan. Postingan tersebut menjadi upaya untuk membangun citra politisi sebagai pemimpin yang menjunjung nilai-nilai keagamaan dan masyarakat berbasis agama. Mengingat pesantren seringkali memiliki pengaruh kuat terhadap komunitas agama, postingan tersebut dianggap untuk menarik dukungan langsung dari kelompok agama tertentu. Politisi mempunyai kebutuhan politik khusus untuk memperluas basis dukungannya, untuk itu mereka dapat menggunakan identitas agamanya untuk mencapai tujuan tersebut. Hal ini juga dibuktikan dari caption yang ditulis oleh Ganjar Pranowo pada postingannya **Gambar 5**.

“Menata doa dan harapan di Manonjaya, membawa restu para kiai Ponpes Miftahul Huda. Bismillah.”
(Caption postingan @ganjar_pranowo pada **Gambar 5**)

Menurut Castells, pada jurnal yang ditulis oleh (Siregar & Nasution, 2022), politik identitas merupakan sesuatu yang tidak bisa sepenuhnya dihilangkan dalam negara demokrasi. Politik identitas cenderung menjadi bagian dari proses politik di banyak negara, termasuk dalam sistem demokrasi. Media dan komunikasi dapat memainkan peran penting dalam memperkuat politik identitas dengan memosisikan pesan dan isu untuk mendukung kelompok identitas tertentu. Seperti salah satu postingan Instagram Ganjar Pranowo yang berfoto dengan para santri disertai caption dengan kalimat membawa restu kiai ponpes pada **Gambar 5** tersebut yang dikunjungi. Menurut Laclau Moufe tahun 2008, politik identitas juga merupakan bentuk pengambilan keputusan politik berdasarkan perbedaan atau persamaan yang logis. Lebih lanjut Ubed tahun 2002 mengatakan politik identitas lebih merupakan posisi politik yang terfokus pada subkelompok, dan eksplorasi aktivitas dan posisi berdasarkan ras, gender, etnisitas, orientasi budaya, dan identifikasi politik lainnya (Siregar & Nasution, 2022). Politik identitas terjadi ketika politisi menggunakan identitas agama, etnism atau kelompok tertentu sebagai strategi untuk membangundukung dan memenangkan simpati dari kelompok tersebut.

KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini adalah Ganjar Pranowo yang merupakan politisi, memanfaatkan berbagai strategi politik identitas dengan tujuan membangun citra dan mendapatkan dukungan menjelang Pemilihan Presiden 2024. Ganjar berupaya melegitimasi identitas sebagai tokoh agama yang religius dengan muncul dalam tayangan adzan, memilih stasiun televisi sebagai wadah untuk pesan-pesan keagamaannya. Keikutsertaannya di acara hiburan MasterChef Indonesia pun menjadi perhatian publik, sehingga menimbulkan pertanyaan mengenai motif dibalik keikutsertaannya dan dianggap sebagai kampanye politik, hal ini menunjukkan elemen resistensi identitas, di mana Ganjar menanggapi tekanan politik dengan menciptakan keberagaman. Dalam konteks ini, juga terdapat tekanan atau dominasi politik tertentu yang mengarahkan Ganjar Pranowo untuk menunjukkan identitas keagamaannya melalui tayangan adzan, sebagai bentuk resistensi terhadap dominasi politik tersebut. Ganjar juga berfoto dengan ulama menjadi sebuah strategi politik identitas yang bertujuan untuk menjalin hubungan dengan otoritas agama dan mendapatkan dukungan dari umat beragama. Postingan di media sosial seperti momen sholat dan kunjungan ke pesantren merupakan bagian dari upaya Ganjar membangun citra sebagai pemimpin yang menjunjung tinggi nilai agama. Proyek identitas ini dilakukan melalui berbagai postingan di media sosial, termasuk momen sholat dan kunjungan ke pesantren, untuk menciptakan citra politik sebagai

tokoh agama yang kuat, mendapatkan dukungan dari kelompok agama, dan bertujuan memengaruhi pemilih dalam Pilpres 2024. Kontroversi dan berbagai reaksi masyarakat terhadap strategi politik identitas ini mencerminkan kompleksitas dinamika politik dan sensitifnya isu keagamaan dalam panggung politik Indonesia.

REFERENSI

- ATCH. (2023). *Adzan Maghrib MNCTV Terbaru 2023*. Indonesia. https://doi.org/https://youtu.be/49vkqKX_rWo?si=kvGJe3FjFe80N8yM
- Barizky, J. V. (2023). Kontroversi Ganjar Pranowo Hadir di Grand Final MasterChef Season 11, Warganet Nyinyir Politik Ikut Masuk ke MCI Juga? *AYOJAKARTA.COM*, pp. 1-2. <https://doi.org/https://www.ayojakarta.com/viral/7611007844/kontroversi-ganjar-pranowo-hadir-di-grand-final-masterchef-season-11-warganet-nyinyir-politik-ikut-masuk-ke-mci-juga>
- Buchari, S. A. (2014). *Kebangkitan Etnis Menuju Politik Identitas* (pertama: A; A. Bainus, ed.). Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia anggota IKAPI DKI Jakarta. <https://doi.org/716.30.22.2012>
- Chandra, A. G. (2019). Pesan Moral Dalam Tayangan Adzan Maghrib Di Rcti. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 4(1), 83. <https://doi.org/10.29240/jdk.v4i1.885>
- Damayanti, N., & Hamzah, R. E. (2017). Strategi Kampanye Politik Pasangan Jokowi-Jk Pada Politik Pemilihan Presiden 2014. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), 279. <https://doi.org/10.32509/wacana.v16i2.52>
- Dauly, S. M., Kusmanto, H., & Kadir, A. (2019). Politik Identitas Pada Pemilihan Gubernur Sumatera Utara tahun 2018. *Jurnal Administrasi Publik: Public Administration Journal*, 9(1), 51. <https://doi.org/10.31289/jap.v9i1.2230>
- Dimiyati, S. M. A. B. (2018). Pengaruh Tayangan Adzan Maghrib Terhadap Ketepatan Waktu Sholat Terhadap Ibu-Ibu Masyarakat Dukuh Bojong Desa Kalibuntu Kec Losari Kab Brebes Sri Mega Dimiyati 1, Abdul Basith 2(*). *Orasi Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 9(1), 65-78.
- Faraidiany, M., Kusmanto, H., & Warjio, W. (2019). Politik Identitas dalam Iklan Politik pada Pemilihan Kepala Daerah Sumatera Utara 2018. *Jupiiis: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 11(1), 113. <https://doi.org/10.24114/jupiiis.v11i1.12310>
- Fatimah, S. (2018). Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu. *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 1(1), 5-16. <https://doi.org/10.32699/resolusi.v1i1.154>
- Fautanu, I., M, B., & Gunawan, H. (2020). Politik Identitas dalam Pilkada DKI Jakarta Tahun 2017: Perspektif Pemikiran Politik Nurcholish Madjid. *Politicon: Jurnal Ilmu Politik*, 2(2), 87-112. <https://doi.org/10.15575/politicon.v2i2.8146>
- Fida, I. A. (2014). Ulama dan Politik: Mengurai Peran Ulama dalam Politik Era Modern. *Academia.Edu*, (April).
- Fitriansyah, F. (2018). Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Penggunaan Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Remaja). *Cakrawala*, 18(2), 171-178. <https://doi.org/10.31294/jc.v18i2>
- Habibi, M. (2017). Identity Politics in Indonesia. *Universitas Mulawarman, Samarinda*, 1(March), 1-23. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.16590.66887>
- Huda, S. (2021). ULAMA PEWARIS PARA NABI. *Al-Hikmah: Jurnal Studi Agama-Agama*, 7(2), 155-171. <https://doi.org/https://doi.org/10.30651/ah.v7i2.10674>
- Isyan, S. Al. (2023). Hadirnya Ganjar Pranowo di Grand Final MasterChef Indonesia Season 11 Dinilai Cari Suara, Netizen: Emang Membagongkan! *AYOJAKARTA.COM*, p. 2. <https://doi.org/https://www.ayojakarta.com/news/7611011641/hadirnya-ganjar-pranowo-di>

- grand-final-masterchef-indonesia-season-11-dinilai-cari-suara-netizen-emang-membagongkan?page=2
- Juwita, R. (2017). MEDIA SOSIAL DAN PERKEMBANGAN KOMUNIKASI KORPORAT SOCIAL MEDIA AND DEVELOPMENT OF CORPORATE. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 20(1), 47–60. <https://doi.org/10.20422/jpk.v20i1.136>
- Maryam, S. (2018). SHALAT DALAM PERSPEKTIF IMAM AL-GHAZALI (KAJIAN SUFISTIK) SHALAT BASED ON IMAM AL GHAZALI ' S PERSPECTIVE. *AL-FIKRAH: Jurnal Studi Ilmu Pendidikan Dan Keislaman*, 1(2), 106–113. Retrieved from jurnal.alhamidiyah.ac.id
- Matasari, B. (2021). Pengaruh Tayangan Adzan Maghrib di Televisi Terhadap Pelaksanaan Ibadah Sholat pada Masyarakat Cempaka Putih Ciputat Timur Tangerang Selatan. *Skripsi, Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*.
- Nasution, N. A. (2020). Lembaga Pendidikan Islam Pesantren. *Al-Muaddib: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman*, 5(1), 36–52. <https://doi.org/10.31604/muaddib.v5i1.36-52>
- Ningsih, G. W. (2021). Profil dan Biografi Lengkap Habib Novel Alaydrus, Kelahiran, Pendidikan, hingga Nasab. In *pikiran rakyat media network* (pp. 1–3). Retrieved from <https://portaljember.pikiran-rakyat.com/hiburan/pr-162995166/profil-dan-biografi-lengkap-habib-novel-alaydrus-kelahiran-pendidikan-hingga-nasab?page=3>
- Nugrahani, F. (2014). Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa. *Solo Cakra Book*, 1(1), 305. Retrieved from <http://e-journal.usd.ac.id/index.php/LLT%0Ahttp://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/viewFile/11345/10753%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.758%0Awww.iosrjournals.org>
- Rafiq, A. (2020). DAMPAK MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL SUATU MASYARAKAT. *Global Komunika*, Vol. 3 No., 18–29. <https://doi.org/10.33822/gk.v3i1.1704>
- Setiana, N. (2020). Pudarnya Pesona Bahasa Indonesia di Media Sosial (Sebuah Kajian Sociolinguistik Penggunaan Bahasa Indonesia). *Lingua Franca: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 4(1), 1–12. Retrieved from <https://doi.org/10.30651/lf.v4i1.4314>
- Siregar, M. H., & Nasution, M. A. (2022). Politicize Religion on Eramas Winning Campaign in the North Sumatra Governor Election in 2018. *11(1)*, 1–7. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v11i1.4727>
- Slamet, A. (2018). Identitas Politik dalam Komunikasi Politik Calon Gubernur Jawa Barat Tahun 2018. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=sph&AN=119374333&site=ehost-live&scope=site%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.neuron.2018.07.032%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.tics.2017.03.010%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.neuron.2018.08.006>
- Suhenda, D. (2023). Ganjar Criticized for “Adzan” Video. *The Jakarta Post Still Bold, Fiercely Independent*. Retrieved from <https://www.thejakartapost.com/opinion/2023/11/11/let-the-games-begin.html>
- Triantoro, D. A. (2019). Praktik Politik Identitas dalam Akun Media Sosial Anies-Sandi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(1), 19–40. <https://doi.org/10.24002/jik.v16i1.1495>
- Yeni Sri Lestari. (2018). Politik Identitas Di Indonesia: Antara Nasionalisme Dan Agama. *Journal of Politics and Policy*, 1(1), 12. Retrieved from <https://jppol.ub.ac.id/index.php/jppol/article/view/4>