

BAB IV

STRATEGI PRODUKSI & DISTRIBUSI *PERSONAL BRANDING* BERBASIS

KEARIFAN LOKAL

1 Manipulasi Pemasaran Politik

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai strategi produksi dan distribusi teks Instagram Ganjar melalui ketiga akunnya selama pilkada Jateng 2018. Nantinya dalam menganalisa proses produksi dan distribusinya akan ditemukan sebuah hasil bahwa terjadi manipulasi teks dengan orientasi pemasaran politik dalam pilkada ini, sehingga teks tidak lagi untuk menonjolkan, menjaga dan melestarikan nilai budaya Jawa melainkan untuk kepentingan pilkada Jateng semata (meraih kekuasaan semata).

Pemasaran Politik menurut Newman (1999: xiii) adalah upaya meyakinkan publik atas ideology yang mereka tawarkan agar bisa memenangkan kontestasi pemilu. Tak ubahnya seperti prinsip pemasaran dalam bisnis, kandidat harus mampu memberikan nilai tambah kepada publik yang diposisikan sebagai konsumen agar mau memilih mereka dalam pilkada. Nilai tambah itu bisa berupa kepribadian kandidat, kemampuan kandidat, program dan janji kandidat untuk bisa mensejahterakan rakyat yang dikemas dalam komunikasi kampanye yang telah disesuaikan dengan konteks sosio budaya publik (target sasaran) sehingga terlihat menarik dan mendorong publik memilihnya.

Upaya membongkar praktik manipulasi dalam pemasaran politik pilkada Jateng melalui teks Instagram Ganjar dapat dilakukan dengan mengidentifikasi proses produksi teks Instagram Ganjar dan konsumsinya yang terangkum dalam analisis diskursif praktis.

Dalam analisis diskursif praktis ini, akan dijelaskan bahwa teks Instagram Ganjar yang ditampilkan melalui 3 akun nya diproduksi melalui sejumlah proses pemetaan Geografis, Demografis, Psikografis, Behavioristik, dan Sosio Kultur terlebih dahulu. Hasil dari pemetaan tersebutlah yang akan menjadi landasan pembuatan *personal branding* Ganjar di Instagram sebagai produk kampanye mereka di pilkada

Jateng. Dengan pendekatan kebahasaan mereka memilih teks dan symbol yang sudah disesuaikan segmen targetnya untuk membangun konstruksi *personal branding* Ganjar sebagai calon pemimpin yang ideal bagi Jateng.

Distribusi teks dilakukan melalui 3 akun yakni @Ganjar_pranowo, @Ganjar_yasin, dan @pdipjateng yang digunakan untuk menyalurkan *personal branding* Ganjar yang telah disesuaikan dengan segmen pasarnya. Setiap segmen pasar memiliki kebutuhan untuk melihat *personal branding* yang berbeda mengenai Ganjar.

Analisis diskursif praktis ini mampu membongkar praktek kekuasaan dalam wacana pilkada Jateng yang didominasi oleh Budaya Jawa. Keterkaitan praktek kekuasaan dengan institusi Pesantren, Pemangku Adat yang merupakan symbol elit membuktikan terjadinya dominasi elit dalam pemasaran politik. Tidak lagi menojolkan kekuatan ideology partai dan kandidat dalam proses kampanye, melainkan lebih menonjolkan kekuatan manipulasi *personal branding* kandidat yang tidak sesuai dengan fakta yang bisa dipertanggung jawabkan.

1.1 Proses Produksi *Personal Branding* Berbasis Kearifan Lokal

Upaya membongkar praktik kekuasaan dalam wacana kepemimpinan politik pilkada di Instagram memerlukan alat identifikasi praktis diskursif. Praktis diskursif akan menjelaskan bagaimana subjek memproduksi pesannya, serta mendistribusikan hingga terjadilah konsumsi pesan tersebut.

Pada bagian ini akan dipaparkan proses produksi pesan Ganjar melibatkan analisis target segmentasi mereka yang bisa diidentifikasi dengan melakukan pemetaan terlebih dahulu tentang : geografis, demografis, psikografis, behavioristic dan sosiokultural (Firmanzah).

Analisis geografis akan membantu memetakan kondisi geografis Jawa Tengah sebagai objek pemasaran politik. Kondisi geografis akan mempengaruhi kondisi demografis penduduk Jawa Tengah, meliputi : komposisi jumlah penduduknya, suku, ekonomi (mata pencaharian), dan lain-lain. analisis psikografis akan membantu memetakan psikologi perilaku politik pemilih di Jawa Tengah. Dan analisis

sosiokultural membantu menganalisis kebudayaan Jawa Tengah. Alat analisis ini adalah instrument yang dipetakan untuk memilih cara mengkomunikasikan pesan dari Ganjar kepada publik agar bisa sukses tersampaikan makna yang ingin ditanamkan dalam persepsi mereka yakni konstruksi *personal branding* Ganjar yang sesuai dengan kriteria pemimpin ideal bagi mereka dan mendorong mereka untuk memilih Ganjar.

1.1.1 Analisa Geografis

Provinsi Jawa Tengah merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang terletak di tengah Pulau Jawa. Dengan luas wilayahnya tercatat sebesar 3,25 juta hektar atau sekitar 25,04 persen dari luas Pulau Jawa dan 1,70 persen dari luas Indonesia. Hal ini membuat nantinya sosio budaya yang terbangun di Jawa Tengah masih ada perpaduan dengan Jawa Barat bagi yang berbatasan dengan nya, dan Jawa Timur bagi yang sebelah Timur. Pemetaan geografis ini dalam produksi teks akan sangat penting untuk mengetahui persebaran sosio budaya, agama, ekonomi, budaya politik di Jawa Tengah.

Relief Provinsi Jawa Tengah terdiri dari dataran rendah dan pegunungan. Kawasan pantai utara Jawa Tengah memiliki dataran rendah yang sempit. Di selatan kawasan tersebut terdapat Pegunungan dan perbukitan. Kondisi Geografis ini mengakibatkan banyak penduduk yang bermata pencaharian sebagai petani di wilayah pantai utara, dan sebagai nelayan di wilayah selatan. Hal ini penting dalam produksi teks untuk menentukan distribusi sosial medianya dan strategi menyusun teks yang sesuai dengan sosio budaya wilayah tersebut.

Menurut ilmuwan antropologi, masyarakat yang tinggal di pantai utara Jawa lebih berpikiran terbuka dibandingkan dengan yang ada di selatan, karena masyarakat pantai utara lebih sering berinteraksi dengan orang baru sehingga mereka lebih bisa menerima perbedaan dengan orang baru berbeda dengan yang di selatan sehingga mereka lebih mempertahankan budaya lama atau nenek moyang.

1.1.2 Analisa Demografis

Segmentasi demografi menurut Rhenald Kasali pada dasarnya adalah pemetaan yang didasarkan pada kondisi peta kependudukan yang meliputi : usia, jenis kelamin, besarnya anggota keluarga, *family life cycle*, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan atau mata pencaharian penduduk, tingkat penghasilan, agama, suku, dan sebagainya (1998 : 154).

Pengaruh kondisi geografis yang telah di paparkan di atas mempengaruhi kondisi demografis Jawa Tengah. Mata pencaharian penduduk Jawa Tengah di dominasi pertanian dibandingkan dengan perdagangan atau perikanan. Hal ini membawa pengaruh pada pola pikir masyarakatnya. Dalam pertanian, faktor alam adalah yang utama bagi petani Indonesia, keberhasilan panen sangat bergantung pada alam. Hal itu memunculkan sifat atau kepribadian lebih tertutup dalam menerima pemikiran baru, lebih mengutamakan sisi perasaan, kedekatan dan kenyamanan, memiliki prinsip *alon-alon asal kelakon*, *pasrah*, *nerima ing pandum*, *ojo dumeh*, tidak berani mengambil resiko dan lebih cenderung mengambil aman. Sedangkan kaum pedagang atau nelayan yang minoritas lebih memiliki sifat, lebih terbuka dengan pemikiran baru, berani mengambil resiko, lebih rasional dalam membandingkan segala informasi.

Ada beberapa foto yang diunggah Ganjar yang sedang memperlihatkan kepedulian dirinya terhadap para petani di Jawa Tengah. Hal ini dapat disimpulkan bahwa petani di Jawa Tengah memiliki jumlah yang tinggi dibanding dengan jenis pekerjaan yang lain. karena itu, Ganjar pun banyak mendokumentasikan saat kampanye kepada para petani.



33 suka

pdipjateng Cara Ganjar bikin petani untung
 #GanjarYasin #ganjarmenang
 #PDIPm3ngawal

favayun10 📷 🌐 Ganjar Yasin Bela petani
 #Teruskan

23 MEI

Gambar 1 Cara Ganjar Bikin Petani Untung



19 suka

pdipjateng Ganhar bangun sistem kebutuhan petani
 #GanjarYasin #ganjarmenang
 #PDIPm3ngawal

23 MEI

Gambar 2 Ganjar Bangun Sistem Kebutuhan Petani

Gambar di atas adalah gambar yang dibikin untuk mensosialisasikan program Ganjar kepada para petani yakni dengan menggunakan kartu tani. Melalui gambar tersebut, Ganjar ingin menunjukkan bahwa perhatian dia kepada kaum tani sangat tinggi sekali, hingga ada kartu khusus tani yang mengcover kebutuhan para petani. Secara tidak langsung, para elite mencoba menghegemoni para petani melalui program-program tersebut. Dominasi yang terjadi adalah kaum elite kepada petani. Sedangkan

kaum buruh dan pekerjaan lainnya tidak terlalu diperhatikan. Hal ini agak kontradiksi dengan *personal branding* yang dibuat.



31 suka

pdipjateng Ganjar membawa swasembada pangan #GanjarYasin #ganjarmenang #PDIPm3ngawal

23 MEI

Gambar 3 Ganjar Membawa Jateng Swasembada Pertanian



55 suka

pdipjateng Petani garam Demak "curhat" ke Ganjar #GanjarYasin #KandangBant3ng #JatengM3tal #CoblosGanjarYasin1

21 MEI

Gambar 4 Ganjar dicurhati Petani Garam

Gambar di atas menunjukkan Ganjar sedang mengunjungi petani garam di Demak. Namun *caption* yang ditulis menunjukkan bahwa “petani garam Demak sedang curhat ke Ganjar”. Jika teks ini di analisa dengan analisis wacana Fairclough maka kesan yang ingin dibangun di benak konsumen adalah Ganjar adalah pelayan rakyat yang siap mendengarkan curhatan masalah rakyatnya untuk kemudian memberikan solusi kepada petani garam tersebut. Selain itu, kesan lain yang ingin dibangun adalah kedekatan antara pemimpin dan rakyat melalui diksi curhat. Curhat adalah diksi yang hanya digunakan untuk orang terdekat kita.

Jumlah penduduk Jawa Tengah mayoritas memeluk agama Islam, sedangkan pemeluk Nasrani terbesar kedua diikuti dengan Hindhu, Budha dan Aliran Kepercayaan. Hal ini membawa pengaruh dalam pemilihan pemimpin, masyarakat Jawa Tengah di dominasi keinginan dipimpin oleh seorang Muslim dan bukan dari non muslim.

Sedangkan Agama Islam, meskipun mayoritas, namun terbagi dalam beberapa aliran yang dapat dibagi menjadi Islam Putih dan Islam Abangan. Islam putih adalah Islam yang diidentikkan dengan Islam yang masuk melalui pesisir pantai utara Jawa dibawa oleh para wali yang masuk dalam walisongo yakni Sunan Ampel, Sunan Gresik, Sunan Giri, Sunan Drajad, Sunan Bonang, Sunan Kudus, Sunan Muria. Islam putih dikenal dengan aliran Islam yang tidak mencampurkan dengan kepercayaan Jawa sehingga Islamnya murni. Sebaliknya, Islam abangan yang terkenal di bawa pengaruhnya oleh Sunan Kalijaga dan Sunan Gunung Jati, merupakan Islam yang telah dipadu padankan dengan Kepercayaan Jawa sehingga lebih dikenal dengan Islam Kejawen. Islam abangan dikenal lebih mengutamakan ritual dibandingkan dengan Islam putih yang menganggap Islam tidak hanya ritual melainkan juga sistem nilai kehidupan yang harus diterapkan dalam kehidupan.

Selain itu, terdapat juga aliran di dalam tubuh Islam yang dibagi oleh Geertz menjadi tiga yakni Aliran Santri, Abangan dan Priyayi.

	Karakter Umum	Organisasi Massa Islam	Karakter Organisasi Massa	Partai
Santri	Pemeluk Islam	Muhammadiyah	Progresif Modernis (Islam Murni) Pemimpin Masyumi selalu Muhammadiyah	Masyumi PSII Dimusuhi PNI

	Hampir semua terlibat politik Menghendaki Negara Islam	Nahdlatul Ulama	Terpelajar Konservativ/Kuno/Kolot	Partai NU
Abangan	Petani Tidak tertarik pada dogma agama apapun			PKI, PNI dan PSI
Priyayi	Masyarakat terpelajar Asristokrat	Dekat dengan NU		PNI bergabung dengan NU

Tabel 1 Aliran Islam di Jawa

Sumber : dirangkum dari Geertz (1960; 220-240)

Bila kita lihat akun Instagram Ganjar baik di @Ganjar_pranowo, @Ganjaryasin maupun @pdip_jateng, ketiganya didominya simbol keagamaan Islam. Hal ini menunjukkan bahwa agama yang mayoritas dipeluk oleh pemilih Jawa Tengah adalah agama Islam.



Gambar 5 Ucapan Peringatan Isra' Mi'raj dari Ganjar-Yasin

Sedangkan ucapan selamat kepada agama lain, hanya satu kali saja, yakni saat perayaan hari besarnya. Seperti foto di bawah ini, Ganjar dan Yasin memberikan ucapan “Gong Xi Fa Cai” kepada pemeluk kepercayaan tionghoa. Hal ini menunjukkan bahwa di Jawa Tengah, juga ada pemeluk kepercayaan Tionghoa namun jumlahnya minoritas. Fotoini sekaligus menunjukkan adanya budaya politik abangan, yakni seorang pemimpin Islam boleh mengucapkan selamat hari besar bagi pemeluk agama atau kepercayaan lainnya. Padahal, jika dia juga menggunakan budaya politik santri, di kalangan umat Islam, akan membuat ambiguitas *personal branding* bagi masyarakat yang rasional dan kritis. Karena bagi kalangan santri, orang Islam tidak boleh mengucapkan selamat hari besar lain kepada pemeluk yang lain.



Gambar 6 Ucapan Selamat Hari Imlek dari Ganjar dan Yasin

Di Jawa Tengah, dengan kondisi geografis yang lebih banyak daratan dibandingkan dengan pesisir, mata pencaharian masyarakat didominasi pertanian dibandingkan dengan perdagangan ataupun perikanan, membentuk Islam yang lebih banyak berkembang adalah Islam Abangan disbanding Islam Putih. Jika dilihat dari perspektif Geertz maka lebih banyak dominasi Priyayi dan Abangan dibandingkan dengan santri.

Dari kategori usia, penduduk Jawa Tengah terbagi menjadi golongan pemilih pemula (anak muda usia 17-25 tahun), pemilih dewasa (26-49 tahun) dan pemilih usia lanjut (50 ke atas). Secara jumlah ternyata Jawa Tengah memiliki diagram penduduk rasio terbalik, artinya usia pemilih pemula adalah yang paling banyak, urutan kedua

pemilih dewasa dan terakhir pemilih usia lanjut. Hal ini menjadikan Ganjar akan membidik suara pemilih pemula menjadi prioritas pertama dibanding pemilih usia dewasa yang lebih rasional. Pemilih usia lanjut bisa jadi sasaran kedua karena secara psikologis, mereka lebih cenderung dengan pilihan sebelumnya bagi yang di periode sebelumnya telah memilih Ganjar.

Hal ini dapat dilihat pula dari unggahan foto Instagram Ganjar yang juga menyasar para pemuda melalui berbagai event, seperti gowes bareng, mengikuti event pertandingan sepak bola, menyukai musik rock, menampilkan sosok yang gaul dan modern.



Gambar 7 Ganjar suka Musik Rock

Gambar di atas ditampilkan Ganjar di akun @Ganjaryasin untuk menunjukkan kesan kepada publik bahwa dirinya adalah pemimpin yang juga gaul dan mengikuti kegemaran para millennial atau kaum muda saat ini. Musik *rock* adalah musik yang identik dengan para remaja. Ditambah tulisan di kaos hitam yang digunakannya yakni “anak desa”, menunjukkan bahwa Ganjar juga menyasar para remaja yang tinggalnya di desa namun juga suka dengan aliran musik *rock*. Hal itu dilakukan karena disadari jumlah pemilih pemula lebih banyak dibandingkan yang dewasa. Itu pulalah yang menjadi alasan aktifnya Ganjar di media sosial Instagram.



Gambar 8 Ganjar melihat pertandingan Persekat Tegal

Pada launching jersey, maskot dan pemain persekat Tegal, Ganjar turut menghadirinya. Bila di analisa maka dapat kita ketahui bahwa sepakbola adalah olahraga yang sangat digandrungi para remaja hingga dewasa bagi kaum laki-laki. Hal ini dilakukan sambil menggaet para remaja sekaligus para pemilih pria dari segala usia.



Gambar 9 Ganjar bersama atlet remaja

Dari foto di atas kita bisa melihat, Ganjar setelah melakukan gowes bersama istrinya untuk keliling dan menyapa masyarakat kota Semarang, Ganjar menyempatkan bertemu dengan atlet muda Kota Semarang. Hal ini untuk meraih simpatik para remaja yang memiliki kegemaran olah raga.

Selain kaum muda, yang menjadi prioritas Ganjar untuk disasar adalah kaum perempuan. Dari foto-foto yang diunggah Ganjar di Instagram lebih banyak pose nya diambil saat berkomunikasi dengan para wanita, baik yang masih muda, dewasa maupun lanjut usia, seperti para lansia yang pernah di bahas sebelumnya. Artinya, dari pemetaan demografi jenis kelamin, Ganjar fokus pada pemilih perempuan. Bukan berarti yang laki-laki tidak disasar, melainkan menjadi prioritas kedua.



620 tayangan

ganjaryasin #GanjarYasin Regrann from @ganjar_pranowo - Selamat hari Kartini utk ibu2 & perempuan Indonesia.. buat bapak2 juga ya - #regrann

satria4958 hehehe..kereeen

kasipmabin7484 Maju terus bapa semoga jadi pimpin hebat di indonesia

aikhshyan07 keren pak

21 APRIL

Gambar 10 Ganjar Gowes bersama Ibu-Ibu

Dari dari sekian banyak foto yang diunggah Ganjar, dirinya jarang menonjolkan sisi akademik atau jenjang pendidikannya. Adapun tidak lebih dari 2 foto saja di setiap akunnya. Hal ini secara tidak langsung menunjukkan bahwa pasar yang di sasar oleh Ganjar adalah dengan demografi pendidikan yang tidak terlalu tinggi. Sehingga *value* menjadi orang berilmu secara akademik atau gelar pendidikan tidak menjadi begitu penting dibandingkan dengan membangun kesan kedekatan dengan rakyat seperti yang diharapkan oleh golongan ekonomi menengah ke bawah dan pendidikan kurang dari 12 tahun. Apalagi di salah satu gambar yang diunggah Ganjar dituliskan bahwa Ganjar fokus pada program peningkatan kemiskinan, kesehatan dan pendidikan. Maka secara tidak langsung, Ganjar menyampaikan bahwa demografi Jawa Tengah yang disasar Ganjar adalah kelompok yang ekonomi, pendidikan dan kesehatannya rendah.

1.1.3 Analisa Psikografis

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai kondisi psikografis masyarakat Jawa Tengah sebagai landasan pembuatan produksi teks Instagram Ganjar. Psikografis adalah pemetaan masyarakat berdasarkan gaya hidupnya atau kebiasaannya. Joseph Plumer (1974) dalam Rhenald Kasali (1998) menyampaikan alat pengukur segmentasi gaya hidup melalui beberapa aktivitas yakni : 1) Bagaimana cara mereka menghabiskan waktunya, 2) Minat mereka, atau apa yang dianggap penting oleh mereka, 3) Pandangan

yang baik terhadap diri sendiri maupun orang lain, 4) karakter dasar seperti tahap yang mereka telah lalui dalam kehidupan, penghasilan, pendidikan dan dimana mereka tinggal.

Dilihat dari berbagai unggahan foto yang di pasang Ganjar di ketiga akunnya, dapat kita analisa bahwasannya suku Jawa yang menjadi suku dominan di Jawa Tengah memiliki gaya hidup yang membuat budaya Jawa lebih mewarnai masyarakatnya. Hal ini berimplikasi pada gaya hidup mereka yang tidak jauh dari nilai-nilai Jawa seperti memilih pemimpin haruslah orang Jawa yang jawani, artinya memahami budaya Jawa sehingga bisa memimpin masyarakat seperti aturan dan nilai budaya Jawa yang lemah lembut, tepa selira, ngayomi, dan sebagainya.

Selain itu, dalam gaya hidup kesehariannya, Ganjar sering mengunggah foto sedang makan di warung kaki lima dengan kuliner khas Jawa Tengah, berinteraksi dengan rakyat menggunakan bahasa Jawa, memakai pakaian batik khas Jawa. Itu semua merupakan upaya membangun *personal branding* pelayan rakyat yang njawani karena secara pemetaan psikografis, Ganjar memahami bahwa gaya hidup pemilih Jateng didominasi gaya hidup suku Jawa. Maka kesehariannya pun dibangun serba *njawani* untuk memanipulasi persepsi atau kesan publik terhadapnya.

1.1.4 Analisa Behavioristik

Analisa behavioristik membahas bagaimana proses pengambilan keputusan dalam politik meliputi proses pengambilan keputusan, intensitas ketertarikan dan keterlibatan dg isu politik, loyalitas, perhatian terhadap politik. Analisa behavioristik tidak bisa dilepaskan dari analisa demografis, psikografis dan sosio kultural masyarakat Jawa Tengah. Instrument analisa behavioristik ada beberapa yakni kebiasaan masyarakat Jawa Tengah terhadap pilihan partai politik tertentu, dan perilaku politik masyarakat Jawa Tengah.

Dilihat dari trend pemilu yang pernah di lakukan di Jawa Tengah, hasil yang selalu terjadi adalah Jawa Tengah selalu dimenangkan oleh Partai PNI yang kemudian dilanjutkan oleh PDI Perjuangan. Partai Nasionalis Indonesia (PNI) dan PDI

Perjuangan adalah partai yang memiliki ideology nasionalisme yang kuat. PNI adalah partai yang didirikan oleh Ir. Soekarno yang khas dengan ideology nasionalis sosialis (kerakyatan). Brand yang sangat melekat adalah partainya wong cilik (rakyat). Sedangkan PDI Perjuangan adalah pecahan dari PDI yang diprakarsai oleh Megawati, anak Ir Soekarno. Karena itulah PDI Perjuangan juga selalu mengeksploitasi pengaruh relasi kuasa Ir Soekarno untuk mempengaruhi publik dan para pendukungnya seolah PNI dan PDI Perjuangan adalah partai yang sama, dengan ideology, visi misi dan program yang hampir sama yakni mengutamakan kepentingan rakyat khususnya wong cilik.

Kemenangan PNI dan PDI Perjuangan yang hampir setiap pemilu terjadi merefleksikan bahwa dari perspektif perilaku politik, masyarakat Jawa Tengah tidak terlalu banyak perubahan perilaku politik. Hal ini tentu juga karena dari segi demografis dan geografis membentuk kepribadian dan psikologis mereka menjadi pemilih yang tetap, tidak mudah berubah pilihan karena mereka sendiri tidak berani mengambil resiko saat memilih partai yang baru, lebih mengambil aman, tidak mudah terbuka dengan partai yang baru yang tidak mereka kenal.

Seperti yang disampaikan Geertz bahwa ada tiga tipologi aliran di Indonesia yakni santri, abangan dan priyayi. Di kalangan santri, proses pengambilan keputusan politik tidak bisa dilakukan semaunya sendiri melainkan harus sesuai dengan apa yang diputuskan oleh pemimpin santri yakni para kyai atau pimpinan pondok pesantren santri tersebut. Sudah menjadi budaya di kalangan para santri bahwa seorang santri harus "*manut dawuhe kyai*" karena kyai tidak hanya dianggap sebagai pemimpin agama melainkan juga pemimpin politik. Berbeda dengan kaum priyayi, perilaku politik diputuskan oleh strata priyayi yang paling tinggi, dalam hal ini sultan atau raja atau keturunannya yakni para ningrat.

1.1.5 Analisa Sosio Kultural (kelas sosial, budaya, sub budaya, suku, etnik dan ritual)

Secara sosiokultural, Jawa Tengah di dominasi oleh budaya suku Jawa sebagai suku mayoritas, sedangkan budaya selain Jawa seperti budaya tionghoa, sunda, dan

lainnya menjadi minoritas. Terlihat dari posting foto Ganjar dalam membuka suatu acara menggunakan budaya tarian Jawa bukan sunda atau Tionghoa.

Kelas sosial yang ada di Jawa Tengah secara ekonomi, ada kelas sosial atas (ekonomi atas), menengah (menengah ke atas), dan bawah (menengah ke bawah). Dari hasil statistic, di Jawa Tengah lebih banyak masyarakat yang menjadi anggota kelas sosial yang bawah dibandingkan dengan menengah atas apalagi kelas sosial atas, karena angka kemiskinan di Jawa Tengah juga masih cukup tinggi.

Bila ditinjau dari mata pencahariannya, kelas bawah di isi oleh para petani, nelayan, buruh, dan pedagang kecil; kelas menengah di isi oleh pedagang yang cukup besar, para pegawai dan karyawan, dan kelas atas di isi oleh para pengusaha yang sukses.

Dalam hal kepemimpinan, budaya Jawa memiliki falsafah sendiri yang terus dipertahankan dan diwariskan turun temurun sehingga menjadi sebuah budaya tersendiri yang terwujud dalam standar pemimpin yang baik. Menurut Suwardi (2013 : 6-12) dalam buku falsafah kepemimpinan Jawa, ciri kepemimpinan Jawa antara lain : (1) Monocentrum, (2) Metafisis, (3) Etis, (4) Pragmatis, (5) Sinkretis.

Suwardi mengatakan "*Monocentrum*" memiliki makna kepemimpinan yang tunggal atau figure berpusat pada diri pemimpin semata (2013:7). Bila kita melihat dalam kampanye pilkada Jateng, kandidat no urut satu yakni Ganjar-Yasin lebih didominasi mengangkat figure Ganjar dibandingkan dengan Yasin. Foto dan video yang ada di tiga akun Instagram untuk kampanye milik mereka mayoritas menampilkan sosok Ganjar sebagai pemimpin disbanding Taj Yasin. Hal ini menunjukkan bahwa pasangan ini kelak jika menjadi pemimpin akan lebih terpusat pada Ganjar dibandingkan mereka melakukan pembagian tugas secara proposional. Seperti yang dikatakan Geertz (1992:171) bahwa mitos tradisonal, akan berkembang pula di era modern. Meskipun monocentrum sering dipakai para Raja Jawa, namun mitos ini masih dipakai di era modern sekarang. Salah satunya adalah digunakan oleh Ganjar dalam memimpin rakyat Jawa Tengah. Hal ini karena dipercaya sebagai gaya kepemimpinan yang baik dan sesuai budaya Jawa.

Sifat kedua ciri kepemimpinan adalah Metafisis. Suwardi menuturkan (2013:8-9) kepemimpinan Jawa selalu dikaitkan dengan hal metafisik atau gaib seperti *wahyu*, *pulung*, *drajad*, keturunan (*nunggak semi*), dan sebagainya. *Miracle* (keajaiban) lebih diutamakan dibandingkan *capability* (kemampuan).

Hal inilah yang membuat para calon pemimpin yang akan menghadapi pemilihan umum seperti pilkada, terlebih dahulu melakukan ritual-ritual untuk mendapatkan kekuatan spiritual seperti memiliki/membeli azimat, *tapa kungkum*, meminta restu “orang pintar”, dan lain-lain (Endraswara, 2013:9). Hal serupa dilakukan Ganjar selama pilkada Jateng 2018, yakni Ganjar sering kali mendatangi para ulama NU, para Habib di Jawa Tengah dan para tetua Adat Jawa (aliran kepercayaan/aliran kebatinan) untuk meminta restu mereka agar bias menjadi pemimpin yang mampu memajukan Jawa Tengah. Habib adalah orang yang dianggap memiliki garis keturunan hingga ke Nabi Muhammad SAW, sehingga ketika Ganjar mengunjungi para Habib untuk mohon doa restu, maka para santri dari Habib tersebut akan mempercayai bahwa Ganjar telah diberi ilmu dan karomah dari Habib tersebut yang akhirnya bertambah kekuatannya secara spiritual maupun metafisik. Begitupun dengan para Ulama, orang yang dianggap menjadi wakil para wali Allah (wali songo), saat Ganjar mohon doa restu mereka, maka Ganjar mendapatkan kekuatan mereka juga secara spiritual dan metafisik.

Sedangkan menurut Ranggawarsita (1997), Raja-raja di Jawa selalu memiliki garis keturunan hingga ke Nabi Adam yang kemudian menurunkan dewa-dewa seperti Batara Guru dan Semar yang tampak dalam *Paramayoga*. Subroto (1957) dalam buku Suwardi (2013:9) mengatakan khusus Semar dianggap sebagai salah satu tanda turunnya *wahyu* sehingga siapapun yang diikuti *Semar* akan menjadi pemimpin yang baik. Pemikiran seperti ini masih banyak dipegang teguh oleh masyarakat Jawa Tengah. Oleh karena itu, keunikan pemilihan kepala daerah di Jawa Tengah adalah selalu mengadakan pagelaran wayang yang selalu menampilkan punakawan yang dipimpin Semar sebagai symbol kepemimpinan Jawa. Dan hal ini menjadi salah satu strategi Ganjar dalam melakukan pemasaran politik dalam pilkada Jateng 2018 yakni

menjadikan *tagline* Instagramnya seperti *wewarah* / nasehat Semar yakni “Tuanku adalah rakyat, Gubernur hanya mandat”.

Sifat ketiga adalah pemimpin Jawa bersifat etis. Orang Jawa selalu berharap pemimpinnya memiliki sikap yang dilandasi nilai konsep baik bukan nilai buruk. Namun tidak dijelaskan secara rinci bagaimana konsep baik menurut Jawa. Sehingga, orang Jawa mencoba mengambil konsep pragmatisnya melalui serat seperti *serat Tripama* (Sudardi, 1995). Adapun sifat yang diceritakan dalam serat tersebut lebih kepada sifat yang umum yakni setia kepada Negara, dapat menyelesaikan pekerjaan, dan lain-lain.

Sri Mangkunegoro IV menyampaikan bahwa pemimpin Jawa yang etis haruslah memenuhi lima hal yang harus dihormati, yakni : 1) menghormati ayah dan ibu, 2) menghormati mertua laki-laki dan perempuan, 3) menghormati saudara laki-laki yang tertua, 4) menghormati guru, dan 5) menghormati Tuhan.

Dan Ada lima nasihat dalam falsafah Jawa yakni : pertama, *mulat* (mengetahui) permasalahan rakyatnya, kedua *milala* (memberikan pujian, membesarkan hati mbombong), ketiga *miluta* (membimbing, menuntun, mengarahkan), keempat *palidarma* (memberikan teladan yang baik), kelima *palimarma* (memberikan ampunan atau memaafkan) yang merupakan sifat etis yang perlu dimiliki pemimpin Jawa. (Susetya, 2016 : xi).

Dari rincian sifat di atas, Ganjar mencoba menampilkan dirinya menjadi sosok calon pemimpin yang memiliki ciri-ciri tersebut seperti yang telah diuraikan pada bab tiga tentang strategi *personal branding* Ganjar berbasis kearifan lokal.

Sifat kelima, adalah sinkretis artinya konsep kepemimpinan yang diambil oleh pemimpin Jawa adalah konsep yang berasal dari berbagai agama yang memiliki pengaruh dalam pola pikir di Jawa, khususnya Islam dan Hindhu (Suwardhi, 2013:11-12). Pola pikir Islam diambilkan dari pemikiran Islam Sufi / Islam Kejawen yang dibawa oleh Sunan Kali Jaga dan Syekh Siti Jenar yang lebih dikenal dengan Islam *Manunggaling Kawula Gusti* / Islam yang bersatu dengan Tuhan. Islam Sufi mengajarkan bahwa hidup harus meninggalkan hingar bingar kebahagiaan dunia atau

wara' (Sudardi, 2003). Hal ini juga tergambar dalam idiom yang digunakan pemimpin, khususnya raja :

Pengaruh Hindhu	Pengaruh Islam
1. <i>Gung Binatara</i> (Besar seperti Dewa)	1. Ratu adil (raja yang adil)
2. <i>Ambeg paramarta</i> (bagaikan dewa / titisan Dewa)	2. <i>Kalifatullah</i> (wakil Allah)
3. <i>Panatagama</i> (penata agama)	3. <i>Sayidin</i> (yang dituakan / dihormati)
4. <i>Herucakra</i> (menyempurnakan pekerjaan – sifat Dewa Wisnu)	4. Mengerti halal haram (paham akan agama)
5. <i>Senapati ing alaga</i> (hulubalang di medan laga- sifat Dewa Indra)	5. Sederhana (kehidupan nabi)
6. <i>Astha brata</i> (ajaran Sri Rama – sifat Wisnu)	6. Loyal, tidak berwatak pedagang (cari untung) melainkan ikhlas.
7. <i>Dasa darma Raja</i> (ajaran bagi para raja)	7. Rendah hati (<i>tawadhu'</i>)

Tabel 2 Idiom Pemimpin Jawa

Sumber : Falsafah Kepemimpinan Jawa (Suwardi, 2013 : 11)

Dalam Instagramnya, Ganjar banyak mengunggah foto yang menunjukkan dirinya orang yang selalu hidup sederhana, yang dapat dilihat dari cara berpakaian yang sering hanya menggunakan batik, atau kaos dan sarung / celana jeans. Kerendahan hatinya ditunjukkan dengan fotonya yang sering kumpul bersama warga cilik, pedagang kaki lima, tukang becak, nenek yang lansia, pedagang pasar, ibu-ibu rumah tangga yang tinggal di kampung, bahkan dirinya tidak malu makan di pedagang kaki lima untuk memakan makanan khas Jawa Tengah yang mungkin dianggap tidak modern. Kalimat yang digunakan sebagai jargon meraka adalah “tetep no 1, agar dapat melanjutkan atau menyelesaikan pekerjaan yang belum tuntas di periode sebelumnya, juga merupakan

cerminan sifat yang ingin ditunjukkan seperti Wisnu yakni orang yang selalu berusaha menyempurnakan pekerjaan yang telah diberikan kepadanya.

Sifat sinkretis juga masih melekat dalam unggahan foto dan video Ganjar melalui akun Instagramnya. Untuk menunjukkan kepada rakyat Jawa Tengah, bahwa dirinya adalah pemimpin yang sesuai dengan budaya Jawa.

Nilai budaya Jawa yang seharusnya menjadi sarana pendidikan justru menjadi alat instrument legitimasi dalam pilkada Jateng 2018. Seharusnya calon pemimpin berusaha membangun sifat kepemimpinan Jawa di dalam dirinya yang itu membutuhkan proses yang tidak singkat. Namun hari ini, dengan hanya mengandalkan foto dan video, Ganjar mampu menampilkan dirinya sebagai orang yang memiliki sifat-sifat tersebut tanpa perlu proses waktu yang lama. Dengan *angle* (sudut pandang kamera) yang pas, serta situasi kondisi yang dikondisikan, tim sukseksi mampu membuat Ganjar tampil seperti pemimpin yang sempurna.

Inilah yang dimaksud dengan manipulasi strategi pemasaran politik yang menggunakan nilai budaya Jawa sebagai salah satu instrument untuk mendekati pemilih Jawa Tengah. Agar mereka menganggap Ganjar adalah orang yang sesuai dengan pemikiran nilai budaya Jawa dan layak memimpin Jawa Tengah. Mengkontruksi sifat pemimpin ideal melalui unggahan foto dan video sebagai alat mengkomunikasikan pesan kampanye politik melalui Instagram.

Marketing Communication Campaign dapat membuat seseorang yang tidak memiliki sifat tertentu menjadi terkesan memiliki sifat tersebut. Hal ini dijelaskan oleh Nurul Hasfi dalam Disertasinya yang berjudul “*Demokrasi Digital Dalam Media Sosial (Representasi Jokowi-Prabowo dalam Kontestasi Pemilu Presiden 2014 di Twitter)*” sebagai politik imagologi. Menggunakan *image / personal branding* sebagai alat membangun persepsi positif kepada kandidat untuk mendulang dukungan. Akhirnya pemimpin yang terpilih bukan pemimpin yang memang memiliki sifat yang sesuai dengan kompetensi yang dibutuhkan pemimpin melainkan hanya pemimpin yang memiliki sifat kamufase semata. Untuk meraih kekuasaan, mereka mencoba hegemoni masyarakat Jawa tengah dengan nilai kepemimpinan dan budaya Jawa

tanpa membangun sikap pemikiran kritis dalam pemilihan kepala daerahnya. Hal inilah yang menghambat pemilihan pemimpin belum bias terjadi secara terbuka, dan rasional.

1.2 Proses Distribusi

Pada bagian ini akan dibahas mengenai proses distribusi teks Instagram Ganjar melalui ketiga akunnya. Proses distribusi ini perlu diulas untuk mengetahui bagaimana Ganjar menyampaikan pesan kepada konsumennya.

Di dalam *Marketing Communication Campaign* setelah *personal branding* calon (produk) dikonstruksi sesuai segmentasi (analisis geografis, demografis, psikografis, behavioristik, dan sosio kultur) maka akan dilakukan distribusi pesan. Untuk membongkar proses distribusi maka digunakan analisis praktis diskursif sehingga diketahui pesan yang di salurkan kepada konsumen yang seperti apa.

Ada tiga jenis konsumen yang berbeda dalam pemasaran politik Ganjar di pilkada ini, pertama konsumen yang merupakan *follower* Instagram Ganjar pribadi, kedua konsumen yang merupakan pendukung dan sukarelawan Ganjar Yasin yang tergabung dalam *follower* Instagram @Ganjaryasin, dan ketiga adalah pendukung PDI P Jateng yang merupakan *follower* akun Instagram @pdipjateng.

Bila dilihat dari perspektif usia, maka konsumen dapat di klasifikasi menjadi tiga ; pertama anak muda atau remaja, kedua orang dewasa, dan ketiga usia lanjut yang semuanya aktif dalam media sosial Instagram.

Bila dilihat dari perspektif status pekerjaan, maka didapatkan konsumennya adalah ; pelajar SMA/K, santriwan/santriwati pondok pesantren, anak punk, pedagang kecil (UMKM), buruh, ibu rumah tangga, petani, nelayan, dan lain-lain.

Berbeda sasaran konsumen maka akan berbeda pesan foto atau video yang akan diunggah di akun Instagram tersebut seperti di bawah ini :

Sasaran	@Ganjar_pranowo	@Ganjaryasin	@pdipjateng
Intensitas	Setiap hari	Seminggu 2-3 kali	Seminggu / dua minggu sekali

			namun sekali posting banyak foto
Anak muda	Suka musik metal rock & dangdut Mendukung minat bakat anak muda lewat musik dan olah raga Dekat, pendengar & memahami anak muda	Suka musik rock metal Suka musik dangdut	
Orang dewasa	Pemimpin yang melayani masyarakat Sederhana Jujur Dekat dengan rakyat Pemimpin jawani	Toleran dengan agama lain Toleran dengan suku selain jawa Inklusif Agamis / saleh	Memiliki relasi dengan para kyai dan priyayi
Orang tua	Suka wayang Sangat menghormati orang tua (nyekar ke makam orang tuanya) Hormat kepada Kyai Hormat kepada kepala adat		
Pelajar SMA/K / Santriwan/wati	Gaul, sederhana Suka musik rock metal Suka musik hadroh		

Anak <i>punk</i>	Ganjar berdialog dengan anak punk Ganjar suka musik metal rock		
Pedagang, petani, nelayan	Memajukan ekonomi pedagang pasar, petani dan nelayan		
Ibu Rumah Tangga	Pemimpin yang mampu menjadi pemimpin keluarga yang harmonis		

Tabel 3 Distribusi Instagram Ganjar

Akun pertama adalah akun @Ganjar_pranowo yang merupakan akun pribadi Ganjar. Akun ini meliput segala aktivitas Ganjar dan direkam secara langsung oleh Ganjar sendiri. Akun ini memiliki follower yang beragam, mulai dari anak muda, orang dewasa hingga orang tua. Dengan beragam status, mulai dari anak SMA dan SMK, santri pondok pesantren, ibu rumah tangga, pekerja, dan sebagainya.

Dari *follower* yang beragam seperti di atas, maka Ganjar pun melakukan distribusi teks berupa foto dan video setiap hari ke akun @Ganjar_pranowo. Dalam satu hari, dia bisa mengunggah tiga sampai empat foto atau video acara kegiatan yang tengah dilakukannya bersama warga atau masyarakat Jawa Tengah. Tercatat ada 600 lebih kiriman Ganjar mulai awal kampanye hingga akhir. Pesan yang didistribusikan di akun ini lebih banyak secara jumlah dan lebih beragam variasinya dibanding kedua akun lainnya. Adapun tema yang di distribusikan antara lain : nilai kebudayaan dan kearifan lokal Jawa Tengah, perekonomian Jawa Tengah, kepribadian Ganjar, keluarga Ganjar yang harmonis. Dari tema tersebut, yang paling dominan adalah tema kebudayaan dan kearifan lokal Jawa Tengah yang terdiri dari makanan khas Jawa Tengah, tempat wisata, tarian, musik, kerajinan tangan, baju adat Jawa, dan sebagainya.

Dalam melakukan distribusi teks, sering kali Ganjar menggunakan strategi promosi yakni menggunakan *hashtag* (#) dan *mention* beberapa tokoh nasional. Hal ini dilakukan agar semakin banyak yang menjadi *viewer* dari unggahannya.

Jika dibandingkan dengan akun @Ganjaryasin, distribusi pesan teksnya lebih sedikit dari akun @Ganjaryasin. Kirimannya berisi tentang kegiatan kampanye Ganjar dan Yasin yang lebih banyak mengangkat tema toleransi umat beragama seperti foto di bawah ini. Admin menuliskan *caption* “Menyusuri sudut jalanan-jalanan kecil kota Lasem, Rembang, Jawa Tengah. Kota seribu cerita toleransi antar Jawa-China. Tampak berdiri di sepanjang jalan bangunan-bangunan tua khas Cina dengan tulisan huruf kanjinya yang syarat makna. Lasem bukan hanya tentang batik tulis. Bukan juga hanya tentang sejarah ketokohan ulamanya. Tapi Lasem juga adalah IKON TOLERANSI #GanjarYasin”. *Caption* itu ingin menunjukkan bahwa pasangan Ganjar Yasin sangat menjunjung tinggi toleransi umat beragama meskipun mereka adalah golongan yang beragama Islam.



Gambar 11 Taj Yasin sebagai pemimpin toleransi

Teks berupa foto dan video dikirim dua hingga tiga hari sekali pada akun @Ganjar_yasin. Namun tidak sedikit foto yang sama diambil dari Instagram Ganjar pribadi yang diunggah kembali di akun @Ganjaryasin namun dengan tulisan *caption* yang berbeda. Bahkan pernah ada juga dengan foto yang sama namun tulisan *caption*nya sangat berbeda bahkan keliru memberikan keterangan tempat. Hal ini

dikarenakan @Ganjaryasin dan @pdipjateng dikelola oleh admin Instagram tim sukses Ganjar dan PDIP Jateng. Selain itu, pada akun ini juga banyak diunggah foto dan video Ganjar maupun Yasin yang sedang mengunjungi para Ulama, Habib dan Kyai di Jawa Tengah untuk meminta doa restu dan dukungan baik dari pimpinan pesantrennya, santriwan/santriwatinya hingga alumnus pondok pesantrennya. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan distribusi teks antara akun @Ganjar_pranowo dengan akun @Ganjaryasin yang disebabkan perbedaan *followers* / konsumen yang menjadi sasaran kampanye. Akun @Ganjaryasin adalah akun khusus pendukung dan relawan Ganjar dan Yasin, sehingga mereka ingin menunjukkan dukungan yang telah diperoleh kepada para sukarelawannya. Sedangkan akun @Ganjarpranowo, bisa jadi ada pengikut yang memilih lawan Ganjar sehingga isi teksnya lebih beragam / tidak hanya soal kampanye dan dukungan.

Selain itu, mobilisasi massa pendukung Ganjar sangat terlihat di akun @Ganjaryasin untuk membuat *hashtag* (#) bersama-sama saat malam debat pilkada. Hal ini menunjukkan bahwa akun tersebut lebih berfokus pada mobilisasi sukarelawan Ganjar Yasin selama pilkada dibanding dengan akun kedua lainnya.

Sedangkan akun @pdipjateng diikuti oleh anggota partai PDIP se-Jawa Tengah. Memiliki ratusan *follower*. Admin mengunggah foto dan video di akun ini berkaitan dengan kegiatan kampanye Ganjar Yasin sekitar seminggu hingga dua minggu sekali. Namun sekali mengunggah foto atau video, langsung dalam jumlah yang banyak sekitar empat sampai lima foto atau lebih. Isinya pun berbeda dengan akun @Ganjar_pranowo dan @Ganjaryasin. Di akun ini, isi kirimannya lebih beragam tentang kegiatan partai PDIP tingkat pusat dan Provinsi Jawa Tengah. Namun mayoritas di dominasi oleh elite partai PDIP yakni foto dan video Megawati (Ketua Umum PDI Perjuangan), Puan Maharani (Putri Megawati yang sekarang menjadi Menteri Koordinator Pemberdayaan), Jokowi (Presiden RI), Ketua PDIP Jateng dan Ganjar, serta ada Bupati Banyumas dan Taj Yasin namun jumlahnya sangat sedikit. Unggahan kampanye Ganjar baru mulai banyak dan intens baru sekitar bulan Mei hingga Juni, sedangkan sebelumnya lebih didominasi kegiatan partai pusat dan provinsi. Dari model distribusi

teksnya dapat dianalisis bahwa fokus akun Instagram ini sebelum bulan Mei lebih kepada mengangkat *personal branding* / figur Megawati, Puan Maharani, dan Jokowi. Baru saat bulan Mei, akun ini difokuskan untuk membantu mengencarkan promosi pemasaran politik Ganjar Yasin, sehingga foto dan videonya pun diunggah secara intensif dalam jumlah yang banyak.

Dari paparan di atas, kita bisa mengetahui bahwasannya distribusi pesan di dominasi oleh kebudayaan dan kearifan lokal suku Jawa di Jawa Tengah. Ada relasi yang kuat antara dominasi suku Jawa terhadap tema yang akan dibangun dengan kekuasaan yang ingin di raih di Jawa Tengah. Hal ini menegaskan bahwa proses distribusi dilakukan sedemikian rupa untuk mendukung proses pemasaran politik dalam pilkada Jateng 2018 ini sehingga segmentasi yang ditargetkan memilih akan sukses. Nilai budaya Jawa dijadikan alat melakukan hegemoni *personal branding* kandidat yang diidentikkan dengan standar pemimpin ideal menurut versi suku Jawa.