

## **Semiotika Kepemimpinan Ganjar Pranowo: Strategi Indonesia-Sentris dalam Membangun Citra Nasional Melalui Politik Kuliner**

**Claudia Christianauli,**

*LSPR Institute of Communication & Business, Jakarta, Indonesia*

[claudiaulii1505@gmail.com](mailto:claudiaulii1505@gmail.com)

**J. A. Wempi**

*LSPR Institute of Communication & Business, Jakarta, Indonesia*

[wempiJA@gmail.com](mailto:wempiJA@gmail.com)

### **Abstarct**

This study originates from the shift in Ganjar Pranowo's communication style, which transitioned from a Java-centric focus to an Indonesia-centric approach, particularly in the lead-up to the announcement of the Indonesian presidential candidate. Ganjar strategically leveraged social media platforms, especially Instagram and TikTok, to disseminate engaging and interactive content. The research aims to analyze the transformation of Ganjar Pranowo's leadership style within the context of the preparations for the Indonesian presidential election. Employing a constructivist paradigm through a qualitative case study method, the research collected primary data via literature reviews and document analysis from Ganjar's social media posts and media coverage of his activities. The findings reveal that Ganjar's communication transformation, which utilized Indonesia-centric symbols and messages, successfully expanded his political appeal beyond his traditional base. Through a semiotic approach, it was uncovered that the consistent use of national symbols and narratives in his digital content has shaped a more inclusive public perception of his leadership image. This strategy not only strengthened Ganjar's image as a national leader but also fostered an emotional connection with a broader audience, ultimately bolstering public support in the lead-up to the presidential election.

**Keywords:** *Ganjar Pranowo, Leadership Semiotics, Culinary Politics*

### **Abstrak**

Penelitian ini berangkat dari perubahan pola komunikasi Ganjar Pranowo, yang sebelumnya berfokus pada Jawa sentris, menjadi Indonesia sentris, terutama menjelang pengumuman calon presiden Indonesia. Ganjar secara strategis memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, untuk menyebarkan konten interaktif dan menarik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis transformasi gaya kepemimpinan Ganjar Pranowo dalam konteks persiapan pemilihan umum Presiden Indonesia. Menggunakan paradigma konstruktivis dengan metode kualitatif studi kasus, penelitian ini mengumpulkan data primer melalui studi literatur dan analisis dokumen yang diunggah di media sosial Ganjar serta pemberitaan media tentang aktivitasnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa transformasi komunikasi Ganjar, yang memanfaatkan simbol dan pesan Indonesia-sentris, berhasil memperluas daya tarik politiknya di luar basis tradisionalnya. Dengan pendekatan semiotika, terungkap bahwa penggunaan simbol-simbol nasional dan narasi kebangsaan secara konsisten dalam konten digitalnya telah membentuk persepsi publik yang lebih inklusif terhadap citra kepemimpinannya. Strategi ini tidak hanya memperkuat citra Ganjar sebagai pemimpin nasional, tetapi juga

menciptakan kedekatan emosional dengan masyarakat luas, yang pada gilirannya memperkuat dukungan publik menjelang pemilihan presiden.

**Kata Kunci:** Ganjar Pranowo, Semiologi Kepemimpinan, Politik Kuliner.

## PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir, pemilihan umum (Pemilu) telah mengalami transformasi signifikan di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Pemilu tidak lagi hanya menjadi ajang bagi rakyat untuk memilih pemimpin, tetapi juga menjadi medan strategis di mana komunikasi politik memainkan peran yang semakin dominan. Penelitian terkini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang efektif dapat secara substansial mempengaruhi persepsi publik dan hasil Pemilu (Norris, 2001; McNair, 2017). Komunikasi politik modern telah berkembang menjadi salah satu alat utama bagi para pemimpin untuk membentuk dan memperkuat citra mereka di mata publik, dengan media sosial menjadi platform yang paling efektif untuk mencapai tujuan tersebut (Enli, 2017; Chadwick, 2013).

Di Indonesia, transformasi ini sangat terlihat dalam beberapa pemilu terakhir, di mana calon-calon pemimpin menggunakan berbagai bentuk komunikasi, termasuk pemanfaatan simbol-simbol budaya, untuk memperluas daya tarik politik mereka. Ganjar Pranowo, seorang tokoh politik yang menjabat sebagai Gubernur Jawa Tengah, telah menonjol sebagai salah satu pemimpin yang paling efektif dalam memanfaatkan strategi ini. Dia dikenal mampu menggabungkan simbol-simbol budaya dan kuliner dalam membangun citra nasional yang inklusif. Melalui pendekatan inovatif yang disebut "politik kuliner," Ganjar berhasil memadukan aspek-aspek budaya lokal dengan narasi kebangsaan yang lebih luas, menjadikannya salah satu calon potensial dalam pemilihan presiden mendatang.

Politik kuliner, sebagai bagian dari strategi komunikasi politik, merupakan pendekatan yang relatif baru dan jarang dieksplorasi dalam literatur. Namun, strategi ini telah terbukti efektif dalam memperkuat identitas nasional dan membangun koneksi emosional antara pemimpin dan masyarakat. Studi tentang penggunaan simbol dan narasi budaya dalam komunikasi politik di Indonesia masih terbatas, meskipun pentingnya topik ini telah diakui dalam konteks global (Casero-Ripollés, 2020; Enli, 2017). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah dalam literatur tersebut dengan menganalisis bagaimana Ganjar Pranowo menggunakan politik kuliner sebagai alat untuk membangun citra kepemimpinan yang inklusif dan nasionalis.

Namun, meskipun banyak studi yang telah mengkaji penggunaan media sosial dalam kampanye politik, penelitian yang mendalami bagaimana politisi menggunakan simbol-simbol budaya lokal, seperti kuliner, untuk membangun narasi nasional masih sangat terbatas. Sebagian besar literatur yang ada berfokus pada analisis tekstual narasi politik atau dampak media sosial terhadap perilaku pemilih. Misalnya, Enli (2017) mengkaji bagaimana media sosial digunakan sebagai alat komunikasi oleh politisi untuk menciptakan citra autentik dan langsung berinteraksi dengan pemilih, sementara Chadwick (2013) mengeksplorasi bagaimana sistem media hibrid memungkinkan perpaduan antara media tradisional dan digital dalam kampanye politik. Penelitian lain oleh Casero-Ripollés (2020) menyoroti pengaruh media sosial terhadap strategi komunikasi politik, menunjukkan bahwa platform

ini dapat secara signifikan mempengaruhi keberhasilan kampanye politik melalui personalisasi pesan dan interaksi langsung dengan publik.

Namun, hanya sedikit studi yang secara khusus mengeksplorasi penggunaan simbol budaya lokal dalam komunikasi politik. Penelitian yang ada cenderung fokus pada aspek narasi nasional atau global tanpa mengintegrasikan dimensi lokalitas, seperti yang dibahas oleh Brubaker dan Cooper (2000) dalam konteks identitas nasional. Sementara itu, studi semiotika dalam komunikasi politik, seperti yang dilakukan oleh Eco (1976) dan Barthes (1972), lebih banyak terfokus pada analisis tanda dan simbol dalam konteks yang lebih umum, tanpa memperhatikan potensi spesifik simbol budaya lokal dalam membentuk identitas nasional.

Dalam konteks Indonesia, budaya lokal memiliki peran penting dalam politik dan identitas nasional, namun penelitian yang menggabungkan analisis semiotika dengan budaya lokal dalam komunikasi politik masih jarang ditemukan. Ini menunjukkan adanya gap penelitian yang perlu diisi, terutama dalam memahami bagaimana simbol-simbol budaya lokal, seperti kuliner, dapat digunakan oleh politisi untuk membangun narasi yang resonan dengan identitas nasional. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan menganalisis strategi komunikasi Ganjar Pranowo yang menggabungkan semiotika dan budaya lokal sebagai alat untuk memperkuat citra kepemimpinan nasionalnya.

Lebih lanjut, teori semiotika memainkan peran penting dalam memahami bagaimana simbol dan tanda digunakan dalam komunikasi politik. Barthes (1972) menguraikan bahwa semiotika memungkinkan analisis mendalam terhadap bagaimana makna dibentuk dan dipersepsikan oleh masyarakat. Dalam konteks Ganjar, penggunaan simbol-simbol kuliner tradisional dan narasi Indonesia-sentris merupakan strategi semiotika yang cerdas untuk menciptakan koneksi emosional dengan audiens yang lebih luas. Strategi ini mendukung gagasan bahwa simbol dan tanda tidak hanya mempengaruhi persepsi publik, tetapi juga dapat digunakan sebagai alat untuk membangun dan mempertahankan kekuasaan politik (Eco, 1976; Hall, 1997).

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah dalam literatur dengan menganalisis bagaimana Ganjar Pranowo menggunakan semiotika dan budaya lokal, khususnya kuliner, sebagai bagian dari strategi komunikasi politiknya. Secara khusus, kajian ini bertujuan untuk memahami bagaimana penggunaan simbol-simbol kuliner dalam komunikasi politik dapat mempengaruhi persepsi publik dan memperkuat citra kepemimpinan nasional. Penelitian ini juga berkontribusi pada literatur komunikasi politik, khususnya dalam konteks Indonesia, di mana pendekatan semiotika dan politik kuliner masih jarang dieksplorasi secara mendalam.

## **Metode**

Pada penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif sebagai proses untuk mengeksplorasi dan melakukan pendekatan dengan tujuan memahami makna dari masalah manusia dan masalah sosial pada penciptaan gambar holistik yang dibentuk melalui kata-kata, memberikan laporan pandangan narasumber secara detail yang akhirnya akan disusun dalam latar ilmiah (Samsu, 2017, P. 86). Metode penelitian kualitatif ini merupakan metode yang cocok dengan penelitian mengenai tanda, karena peneliti ingin menggali pemahaman secara mendalam mengenai situasi sosial yang penuh makna (Patlima, 2013).

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini, akan dikumpulkan data-data melalui studi literatur dan studi dokumen. Studi literatur atau yang disebut sebagai studi pustaka merupakan rangkaian aktivitas yang berhubungan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, dan mengolah bahan penelitian. Studi ini bertujuan untuk mengembangkan aspek teoritis maupun aspek manfaat praktis, sehingga peneliti memiliki pondasi untuk mengolah dan memiliki pendalaman lebih luas terhadap masalah yang diteliti. Data yang diperoleh berasal dari textbook, journal, artikel ilmiah, literature review, maupun media yang memberitakan kegiatan yang dilakukan oleh Ganjar Pranowo.

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dapat berbentuk tulisan, gambar maupun karya seni. Dokumen yang berbentuk sejarah kehidupan misalnya seperti sejarah kehidupan, catatan harian, biografi, peraturan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto maupun gambar hidup, sketsa dan lainnya. Dalam penelitian ini, peneliti memutuskan untuk menggunakan studi dokumen untuk memperoleh informasi terkait konten-konten video yang diunggah oleh Ganjar Pranowo dalam akun sosial media khususnya Tiktok.

## **Hasil dan Pembahasan**

### ***Semiotika dan Kepemimpinan***

Semiologi kepemimpinan memberikan uraian tanda-tanda yang mencirikan gaya kepemimpinan seseorang yang dapat dilihat melalui kekhasan yang dibentuk melalui tanda fisik maupun non-fisik yang menciptakan citra tertentu. Pemimpin memiliki suatu hal yang menggambarkan keunikan mereka yang melekat, dilekatkan, disampaikan dan dimaknai. Hal tersebut merupakan tanda yang membentuk makna sebagai kesan yang melekat pada diri seorang pemimpin.

Pertumbuhan teknologi informasi yang terus berkembang menyebabkan pertumbuhan angka pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada periode 2022-2023. Jumlah ini setara dengan 78,19% dari jumlah penduduk Indonesia, yang artinya sangat memungkinkan bagi calon presiden untuk menarik minat masyarakat melalui sosial media. Demokrasi modern ini membuat setiap pribadi dapat mengakses untuk bersaing dalam memperebutkan posisi politik, maka dari itu menjelang pemilihan umum banyak calon yang bersaing untuk membangun citra dan kepercayaan publik. Selama upaya yang dilakukan tidak melanggar undang-undang, maka kegiatan yang dilakukan oleh capres dapat dianggap sebagai instrumen yang sah.

Era digital juga merubah perilaku politik yang lebih digital, ini yang kemudian menghadirkan layanan digital, pembayaran digital hingga kampanye digital. Menurut Roger dan Storey, menyatakan bahwa terdapat empat unsur penting dari kampanye, yaitu kampanye yang bertujuan untuk menciptakan hasil atau dampak tertentu, kampanye yang dilakukan pada jumlah individu yang relatif besar, kampanye yang biasanya dilakukan dalam jangka waktu yang ditentukan, dan kampanye yang dilakukan melalui serangkaian kegiatan komunikasi yang terorganisir. Dalam pembahasan ini, kampanye halus yang dilakukan oleh Ganjar Pranowo diharapkan dapat berdampak bagi masyarakat Indonesia. (Priyowidodo & Sari, 2019; Rogers & Storey, 1987)

Penggunaan alat komunikasi digital ini kemudian mendigitalkan pola kampanye yang dilakukan oleh calon presiden. Citra yang dibentuk melalui semiologi kepemimpinan dapat memperlihatkan pemimpin sebagai produsen dan pengguna tanda-tanda untuk mempengaruhi persepsi, citra, dan pesan yang disampaikan kepada khalayak. Simbol-simbol tersebut dapat mencakup kata-kata, bahasa tubuh, gestur, pakaian, atribut, atau tindakan-tindakan lain yang digunakan oleh pemimpin untuk memperkuat identitas dan mempengaruhi persepsi orang lain tentang dirinya. Teori ini mengasumsikan bahwa setiap tanda atau simbol memiliki makna yang melekat, dan pemimpin secara sadar atau tidak sadar memilih tanda-tanda tersebut untuk mengkomunikasikan pesan tertentu kepada audiens. Pemimpin memanfaatkan tanda-tanda tersebut untuk membangun citra, otoritas, dan legitimasi mereka sebagai pemimpin yang efektif

Semiotika merupakan ilmu yang mempelajari tentang tanda, yang dimana dalam segi kepemimpinan, teori ini melihat pemimpin sebagai pengguna tanda-tanda yang bertujuan untuk mempengaruhi citra dan pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat (Asriningsari & Umayu, 2018; Barthes, 2017). Berdasarkan gagasan Ferdinand de Saussure (1857-1913), semiologi menggarisbawahi pemaknaan berdasarkan kajian kebahasaan yaitu konotasi dan denotasi. Melalui gagasan ini, kata merupakan bagian dari jaring penanda-penanda yang kemudian digabungkan pada sebuah bentuk keberbedaan (Barthes, 2017).

Tanda yang dipelajari oleh semiotika berarti 'suatu' yang mewakili seseorang dan tidak mewakili suatu yang lainnya. Ini menekankan pada keunikan suatu kualitas individu yang berada pada hubungan yang diartikan bahwa tanda memberikan makna yang sama bagi semua individu yang menggunakannya (Wempi et al., 2023). Charles Sanders Peirce juga memiliki gagasan semiotika yang diartikan sebagai tanda mewakili seseorang tergantung dari suasana dan kapasitas keadaan pada waktu tersebut. Selain itu, Roland Barthes juga turut mengembangkan pandangannya bahwa konotasi dapat terbentuk secara alami melalui perkembangan kondisi sosial budaya, tetapi terdapat pula makna konotatif yang dibentuk oleh pihak dominan (Barthes, 2017). Pihak dominan ini merupakan sekumpulan individu yang memiliki kuasa untuk mengontrol dan membentuk makna sesuai apa yang diinginkan (Adam, 2017).

Makna yang akhirnya dihasilkan disampaikan melalui komunikasi, dimana pesan merupakan konstruksi tanda yang akan menghasilkan makna (Ersyad, 2022). Semiotika komunikasi mengutamakan teori produksi tanda yang mengasumsikan faktor pengirim pesan, penerima kode, pesan, saluran komunikasi dan acuan yang sedang dibahas (Wahjuwibowo, 2019). Komunikasi politik hadir untuk memberikan pengaruh untuk menginformasikan kebijakan maupun program pemerintah (Pawito, 2015; Sarihati et al., 2022). Komunikasi ini yang akan mempengaruhi opini publik agar mempercayai suatu makna yang dihasilkan dari pesan yang disampaikan contohnya seperti citra yang dibangun oleh Ganjar (Hayes & Watts, 2016; Kurnia, 2024; Newman & Pich, 2020; Nimmo, 2011).

## *Ganjar dan Komunikasi Politik Kulinernya*



Gambar 1. Vlog Ganjar kulineran makanan nusantara  
(Sumber: Youtube @GanjarPranowoOfficial, 2018 )

Ganjar seringkali dikenal dengan hobi kuliner nya pada daerah yang dikunjunginya. Pada kunjungannya, Ganjar tidak sekedar mencicipi saja, tetapi juga sebagai bentuk apresiasi kepada pemilik rumah makan tersebut, sekaligus mempromosikan lokasi kuliner ataupun jajanan agar dikenal oleh banyak masyarakatnya yang dijangkau melalui sosial media.

Pada kunjungannya ke Sulawesi Barat, Barongko menjadi salah satu makanan yang menarik perhatian Ganjar. Saat sedang sarapan bersama istrinya, Siti Atiqoh di pasar tradisional, Ganjar memesan menu yang menjadi terkenal di wilayah setempat yaitu nasi kuning dengan lauk ikan asin dan urap. Tetapi perhatian Ganjar tertuju pada barongko, dan dengan lahap menikmati kudapan tersebut dan ikut membagikannya pada masyarakat sekitar.

Selain menikmati kudapan, Ganjar juga menyukai nasi campur khas Bali. Pada kunjungannya ke Pulau Bali, Ganjar mengunjungi warung makan legendaris yaitu Warung Nasi Ayam Bu Weti. Warung yang terletak dipinggir jalan tersebut menarik banyak perhatian masyarakat akan cita rasanya, sehingga wajar saja jika ramai pembeli dan menjadi salah satu makanan yang disukai oleh Ganjar. Nasi khas Bali disajikan dengan berbagai lauk seperti rendang telur, suiran daging ayam, sayur kacang panjang, toge, pare, kacang tanah dan sambal.

Kunjungan ke Banjarmasin tidak lengkap rasanya jika belum menikmati soto Banjar. Di sela pekerjaannya sebagai gubernur, Ganjar tidak melupakan hobi kulinernya dengan menikmati Soto Banjar di pinggir sungai Martapura, Kota Banjarmasin. Selain menikmati makanannya, Ganjar juga mengintip proses pemasakan soto banjar, yang akhirnya membuat Ganjar menyarankan untuk mencoba soto Banjar selagi melihat pemandangan di sekitar Sungai Martapura. Pada kunjungannya ke Palu, Ganjar juga mencoba salah satu hidangan yang bernama Kaledo. Kaledo merupakan sajian khas Donggala, Palu yang terbuat dari kaki sapi dengan ukuran besar dan memiliki sumsum dalam tulang tersebut. Ganjar membagikan momen mencoba Kaledo ini di akun instagramnya, ia menunjukkan cara memotong kaledo dan menikmati hidangan tersebut.

Kedatangan Ganjar ke Kota Makassar tidak luput untuk mencoba makanan khas kota tersebutnya. Tibanya di Makassar, Ganjar langsung menuju ke RM Apung. Kemudian pada jam makan siang, Ganjar memesan olahan seafood yang merupakan menu terkenal di Kota Makassar. Pada kesempatan lainnya, Ganjar juga menikmati Coto Makassar yang ia bagikan videonya dimana Ganjar dan istrinya menikmati hidangan tersebut dan menyebutnya sebagai “coto paling enak sedunia”. Ganjar juga mencicipi jajanan tradisional pisang epe dan menikmati jajanan tersebut di sekitar Pantai Losari. Kunjungan Ganjar ke Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat memberikan kesempatan Ganjar untuk menikmati ayam taliwang. Sambil menunggu makanan disajikan, ia melihat bagaimana proses pembuatan ayam taliwang. (Anggara, 2022).

Hubungan dengan teori semiologi: Pada tanda-tanda yang diberikan dalam pola komunikasi Ganjar, dapat di garis bawahi bahwa Ganjar memang sengaja memperlihatkan hobinya kepada publik. Penggunaan tanda ini dibuat dalam media nyata yang tujuannya untuk menarik interaksi dengan masyarakat sekitar maupun para pedagang. Hal ini juga berdampak pada media maya dimana banyak akun media sosial yang mengunggah momen kulineran Ganjar dan mendapat respon positif dari para penontonnya. Media massa menjadi platform yang memberitakan momen-momen ini dengan lebih luas.

Tabel 1. Identifikasi Tanda dalam Vlog Youtube Ganjar Pranowo

Panggung Depan	Dapat dilihat melalui media massa yang memberikan momen Ganjar yang aktif dalam mencoba dan menikmati makanan khas Nusantara. Selain media massa, media maya melalui Instagram, Tiktok dan Youtube menjadi aktif sebagai platform yang menunjukkan kegiatan kuliner Ganjar. Melalui media-media ini, pengaruh yang diperoleh cukup efektif dalam membangun identitas diri Ganjar sebagai sosok yang ramah, terbuka dan rendah hati.
Panggung Belakang	Selain hobi kulinernya, pada tahun 2021 Ganjar mengakui bahwa sejak kecil ia memiliki hobi memasak. Masakan yang dipelajari olehnya pertama kali adalah nasi goreng yang hingga saat ini masih menjadi menu favoritnya. Selain nasi goreng, Ganjar juga menyukai menu sambal terong khas pondok. Melalui hal ini dapat disimpulkan bahwa memang Ganjar sejak dahulu sudah menikmati masakan Indonesia, tetapi seiring berjalannya waktu, dan ia memiliki kesempatan untuk dinas ke wilayah Nusantara mendorong Ganjar untuk membagikan hobinya tersebut ke media sosial.
Organisasi	Melalui tanda yang ditampilkan oleh Ganjar, merupakan salah satu self branding Ganjar yang didukung oleh PDIP. Dukungan ini ditunjukkan melalui Presiden Jokowi yang secara tersirat mendukung Ganjar sebagai calon presiden pada periode selanjutnya. Kegiatan makan bersama secara sederhana ala tokoh politik ini akan digali pada pembahasan selanjutnya.

Sumber: Hasil Penelitian, 2024

## *Ganjar Makan bersama Tokoh Politik (Jokowi)*



Gambar 2. Instagram Ganjar Pranowo  
(Sumber: Instagram @ganjar\_pranowo, 2023)

Pada tanggal 13 Juni 2023, calon presiden Ganjar Pranowo mengunggah foto bersama Presiden Joko Widodo (Jokowi) di akun Instagramnya, @ganjar\_pranowo. Pengamat Politik dari SMRC, Saidiman Ahmad, menilai bahwa unggahan tersebut menegaskan dukungan Jokowi terhadap Ganjar dalam Pilpres 2024. Hal ini karena keduanya berasal dari partai yang sama, yakni PDIP. Saidiman menyatakan bahwa Jokowi mendukung Ganjar sebagai calon presiden karena PDIP telah memutuskan untuk mengajukan Ganjar sebagai calon, dan Jokowi sendiri masih merupakan kader PDIP.

Selain itu, Saidiman juga menilai bahwa Ganjar adalah tokoh yang paling mungkin melanjutkan program-program dan pembangunan yang telah dilakukan oleh Jokowi, karena profil keduanya hampir mirip. Jokowi seringkali memberikan sinyal dukungan kepada Ganjar untuk menjadi Presiden 2024, misalnya dengan menggunakan kode 'pemimpin rambut putih' dan 'kerutan di wajah,' yang dinilai sebagai ciri-ciri pemimpin yang peduli terhadap rakyat. Dalam foto yang diunggah oleh Ganjar, terlihat keduanya duduk menghadap meja makan bundar dengan jarak yang relatif dekat. Di atas meja tersebut tersedia berbagai makanan, termasuk sate, nugget, dan sayur lodeh, serta pelengkap makanan seperti kerupuk, kecap, dan buah. Jokowi mengenakan kemeja putih polos dengan lengan di atas meja dan terlihat tersenyum lebar dengan pandangan mata yang mengarah ke arah Ganjar.

Di sisi lain, Ganjar yang mengenakan kemeja batik terlihat tersenyum bahagia dan sedikit menunduk, dengan tangan ditempatkan di bawah meja.

Hubungan dengan Teori Semiologi Kepemimpinan:

Teori semiologi adalah studi tentang tanda-tanda, simbol, dan makna yang ada dalam komunikasi. Dalam konteks kepemimpinan, teori ini dapat dihubungkan dengan cara-cara komunikasi yang digunakan oleh seorang pemimpin untuk menyampaikan pesan dan mendapatkan dukungan. Dalam narasi berita tersebut, terlihat adanya penggunaan simbol dan tanda-tanda yang bisa dihubungkan dengan teori semiologi kepemimpinan. Pertama,

gambar yang diunggah oleh Ganjar Pranowo bersama Jokowi di akun Instagramnya menunjukkan dukungan yang jelas dari Jokowi terhadap Ganjar sebagai calon presiden. Gambar ini berfungsi sebagai tanda dukungan yang kuat dari seorang pemimpin yang berpengaruh.

Kemudian, terdapat penggunaan kode-kode simbolik seperti 'pemimpin rambut putih' dan 'kerutan di wajah' yang diasosiasikan dengan pemimpin yang peduli terhadap rakyat. Kode-kode ini digunakan oleh Jokowi untuk memberikan sinyal dukungan kepada Ganjar dan untuk membentuk persepsi positif tentang Ganjar di mata masyarakat. Selain itu, foto mereka yang duduk bersama di meja makan dengan makanan yang berlimpah juga dapat dipahami sebagai representasi dari kedekatan hubungan antara Jokowi dan Ganjar. Penempatan Ganjar yang sedikit menunduk dan tangan ditempatkan di bawah meja bisa mencerminkan rasa hormat dan kesiapan untuk menerima dukungan dari Jokowi.

Dengan demikian, melalui foto tersebut, Ganjar menggunakan simbol-simbol dan tanda-tanda komunikasi yang mengandung makna untuk memperkuat posisinya sebagai calon presiden yang didukung oleh Jokowi. Strategi ini dapat mempengaruhi persepsi masyarakat tentang hubungan keduanya dan juga memperkuat citra kepemimpinan yang diinginkan oleh Ganjar, yaitu melanjutkan program-program dan pembangunan yang telah dilakukan oleh Jokowi.

Jokowi juga pernah menyatakan sinyal dukungannya pada saat acara relawan pada bulan Mei 2022 lalu dengan mengatakan secara tersirat untuk hati-hati dalam memilih pemimpin rakyat yang akan mendatang. Jokowi menyatakan “Dari penampilan kelihatan, banyak kerutan karena mikirin rakyat. Ada yang rambutnya putih semua, ada itu. Kalau wajah cling dan tidak ada kerutan di wajah hati-hati. Lihat rambutnya, kalau putih semua, ini mikirin rakyat,” ungkap Jokowi.

Berdasarkan pernyataannya tersebut, kandidat yang memiliki ciri-ciri paling mendekati adalah Ganjar. Ketua Umum Relawan Arus Bawah Jokowi, Michael Umbas ikut berpendapat mengenai ucapan Jokowi sebagai, “kan, beliau tidak mungkin sebut nama, tetapi kriteria. Yanga rambut putih kebetulan identik dengan Ganjar. Kecuali ada lagi calon lain yang akan muncul dengan ciri rambut putih,” ungkapnya.

Dari kedua pernyataan ini dapat disimpulkan bahwa Jokowi memang mendukung Ganjar dalam pemilihan presiden yang akan datang, ini didukung dengan sinyal yang diberikan oleh Jokowi serta unggahan foto bersama saat makan malam bersama Ganjar. Dan dalam konten Ganjar pun, ia menampilkan bahwa dukungan Jokowi ini disambut dengan hangat dan sengaja ditampilkan kepada publik.

Dalam kasus di atas, terdapat beberapa tanda depan dan tanda belakang yang dapat dihubungkan dengan kegiatan Ganjar Pranowo saat ini dan masa lalunya sebagai gubernur dan tokoh politik. (Budiyono, 2015)

Tabel 2. Identifikasi Tanda dalam Konten Instagram Ganjar Pranowo

Panggung Depan	Unggahan Foto Bersama Jokowi di Instagram: Tanda depan yang paling jelas adalah unggahan foto Ganjar bersama Presiden Joko Widodo (Jokowi) di akun Instagramnya. Foto ini menunjukkan
----------------	---

	<p>kedekatan dan dukungan dari Jokowi terhadap Ganjar sebagai calon presiden dalam Pilpres 2024. Tanda ini mencerminkan upaya Ganjar untuk membangun citra dirinya sebagai calon yang didukung oleh pemimpin yang berpengaruh.</p> <p>Pengamatan Politik dan Dukungan Pengamat: Tanda depan lainnya adalah dukungan dan analisis politik dari pengamat politik, seperti yang disampaikan oleh Saidiman Ahmad dari SMRC. Analisis ini menegaskan dukungan Jokowi kepada Ganjar, dan juga menggambarkan Ganjar sebagai sosok yang mungkin melanjutkan program-program Jokowi. Dukungan dari pengamat politik ini dapat membantu memperkuat citra positif Ganjar di mata publik.</p>
Panggung Belakang	<p>Profil yang Mirip dengan Jokowi: Dalam analisis dari Saidiman Ahmad, disebutkan bahwa Ganjar memiliki profil yang hampir mirip dengan Jokowi. Hal ini mungkin mencerminkan bahwa Ganjar telah melakukan langkah-langkah atau mengambil sikap yang sejalan dengan pemimpin sebelumnya (Jokowi) selama masa jabatannya sebagai gubernur atau tokoh politik.</p> <p>Kemungkinan Makan dengan Tokoh Politik Lainnya: Meskipun tidak dijelaskan dalam narasi berita, sebagai tokoh politik yang telah menjabat sebagai gubernur dan memiliki koneksi politik, sangat mungkin bahwa Ganjar pernah bertemu dan makan bersama dengan berbagai tokoh politik lainnya selama kariernya. Interaksi semacam ini merupakan bagian dari dinamika politik dan hubungan sosial dalam lingkungan politik.</p>
Organisasi	<p>Dukungan Partai PDIP: Dalam narasi berita tersebut disebutkan bahwa PDIP telah memutuskan untuk mengajukan Ganjar sebagai calon presiden. Dukungan dari partai ini juga menjadi tanda depan penting yang menandakan legitimasi Ganjar sebagai calon presiden dari partai yang memiliki basis dukungan yang kuat.</p>

Sumber: Hasil Penelitian, 2024

### *Ganjar Makan Bersama Rakyat*



Gambar 3. Ganjar Bersama Rakyat  
(Sumber: Website Humas Jawa Tengah, 2021)

Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Pranowo, menggunakan hari liburanya untuk bersepeda pagi sambil memantau penerapan protokol kesehatan di Kota Semarang pada Minggu (25/7/2021). Ia mengunjungi tiga lokasi yang didampingi oleh tim sepeda Samba. (*Borong Dagangan Kaki Lima, Ganjar Bagikan Makanan Sambil Ingatkan Prokes*, 2021). Dalam perjalanannya, Ganjar singgah di daerah Sumurboto, Banyumanik, dan berhenti di warung Nasi Uduk dan Lontong Opor milik Mbak Ciput. Di sana, Ganjar memborong makanan dari warung tersebut untuk dibagikan kepada warga sekitar. Selain dari warung milik Mbak Ciput, makanan yang diborong juga berasal dari lima warung lain.

Kunjungan Ganjar ini sangat disambut baik oleh pemilik warung dan lima pedagang lainnya. Selain dagangannya diborong, mereka juga memiliki kesempatan untuk menyampaikan keluhan mereka secara langsung kepada Ganjar. Ganjar memberikan pesan untuk tetap sabar dan patuh pada protokol kesehatan karena Covid-19 belum berakhir. Ganjar melanjutkan perjalanannya ke daerah Tugu Suharto, Sampangan, dan Pasar BK Simongan, di mana ia kembali memborong dagangan para pedagang kaki lima dan membagikannya kepada warga sekitar. Dalam kesempatan ini, Ganjar terus mengingatkan masyarakat untuk selalu mematuhi protokol kesehatan, terutama memakai masker.

Sembari berbagi rejeki dengan para pedagang dan warga, Ganjar tetap mengingatkan pentingnya menjaga protokol kesehatan karena pandemi Covid-19 belum berakhir. Dalam konteks teori semiologi kepemimpinan, kunjungan dan kegiatan Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Pranowo, seperti yang dijelaskan dalam artikel berita tersebut, memiliki beberapa aspek yang relevan:

Tabel 3. Identifikasi Tanda Artikel Berita mengenai Ganjar

Panggung Depan	Melalui kunjungan dan partisipasinya dalam kegiatan seperti bersepeda pagi, berbelanja makanan, dan membagikannya kepada warga, Ganjar Pranowo menggunakan tanda-tanda fisik dan simbolik untuk membangun citra kepemimpinan yang dekat dengan rakyat. Tindakan ini mencerminkan kedekatan dan aksesibilitasnya dengan masyarakat.
----------------	--

	<p>Memilih makanan khas daerah sebagai salah satu fokus kegiatan menunjukkan upaya untuk merepresentasikan identitas budaya lokal dan mendukung produk lokal, yang dapat meningkatkan rasa kebanggaan dan kesetiaan masyarakat pada wilayahnya.</p> <p>Melalui komentar dan interaksinya dengan pedagang dan warga, Ganjar Pranowo menyampaikan pesan-pesan penting tentang pentingnya mematuhi protokol kesehatan selama pandemi Covid-19. Komunikasi langsung ini memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk mendengarkan pesan langsung dari pemimpin mereka, yang dapat mempengaruhi perilaku mereka dalam menghadapi situasi kesehatan yang mendesak.</p>
Panggung Belakang	<p>Melalui aksinya berbelanja di warung-warung kecil dan membagikan makanan kepada warga, Ganjar Pranowo menciptakan hubungan emosional dengan masyarakat. Tindakan ini dapat menciptakan rasa keterikatan dan kepedulian terhadap pemimpin mereka, yang berdampak positif pada hubungan antara pemimpin dan rakyat. Sebelumnya aksi yang menunjukkan kedekatan pemimpin dengan rakyat juga pernah dilakukan oleh Presiden Jokowi, tidak hanya dikagumi rakyat, aksinya juga mendapat pujian oleh Menteri dan juga anggota senat.</p> <p>Dalam situasi PPKM dan pandemi Covid-19, Ganjar Pranowo menunjukkan kepemimpinan yang responsif dengan memborong makanan dan mendistribusikannya kepada warga yang membutuhkan. Hal ini dapat membantu memenuhi kebutuhan masyarakat selama masa sulit dan menunjukkan perhatian serta dukungan dari pemerintah daerah.</p>
Organisasi	Tidak ada

Sumber: Hail Penelitian, 2024

Dengan menggabungkan teori semiologi kepemimpinan, Ganjar Pranowo menggunakan tanda-tanda dan simbol-simbol, seperti partisipasi dalam aktivitas kuliner lokal, interaksi langsung dengan masyarakat, dan pesan-pesan penting, untuk membangun citra kepemimpinan yang dekat dengan rakyat, memperkuat hubungan emosional, dan memberikan dampak positif pada persepsi dan perilaku masyarakat terhadap situasi tertentu, seperti pandemi Covid-19.

## *Pencitraan Ganjar di TikTok*



Gambar 4. Cuplikan Video TikTok Ganjar Kulineran di Jakarta  
(Sumber: TikTok Ganjar Pranowo, 2023)

Dalam video TikTok yang diunggah oleh Pak Ganjar Pranowo, dia memperlihatkan beberapa kegiatan selama berada di Jakarta. Awalnya, dia menunjukkan momen minum kopi di Kedai Es Tak Kie di Glodok, Jakarta. Kemudian, Pak Ganjar pergi untuk potong rambut di Pangkas Ko Tang, yang dikenal sebagai tempat potong rambut high class. Selanjutnya, dia melanjutkan perjalanannya ke sebuah klenteng, dan dengan hangat menyapa warga di sekitar, bahkan berbincang dengan orang yang menjaga klenteng. Pak Ganjar tampil santai dengan mengenakan pakaian jogging dan kaos berwarna merah, yang merupakan warna identitas partainya, PDIP (Pranowo, 2023b). Video tersebut mendapatkan banyak komentar positif, yang kebanyakan membicarakan tentang sikap dan kepribadian Pak Ganjar yang mudah berbaur dengan lingkungan sekitarnya, seperti yang terlihat dalam video.



Gambar 5. Tanggapan Komentar Warganet  
(Sumber: TikTok @ganjarpranowo, 2023)

Hubungan dengan Teori Semiologi Kepemimpinan dan Tanda Depan serta Tanda Belakang: Dalam konteks teori semiologi kepemimpinan, video TikTok yang diunggah oleh Pak Ganjar Pranowo mencerminkan penggunaan tanda-tanda dan simbol-simbol komunikasi untuk membentuk persepsi positif tentang dirinya sebagai pemimpin yang sederhana dan mudah akrab dengan masyarakat. Berikut adalah beberapa hubungannya dengan teori semiologi kepemimpinan, tanda depan, dan tanda belakang.

Tabel 4. Identifikasi Tanda Konten TikTok Ganjar Pranowo

Panggung Depan	<p>Penggunaan Pakaian Merah PDIP: Penggunaan kaos berwarna merah, yang merupakan warna partai PDIP, dapat dianggap sebagai tanda depan yang menunjukkan afiliasi politik dan identitas partainya. Ini dapat menegaskan dukungan dari PDIP dan membentuk persepsi positif di mata pendukung partai tersebut.</p> <p>Sikap Santai dan Mudah Berbaur: Penampilan Pak Ganjar dalam video yang santai dan ramah dalam berinteraksi dengan warga menunjukkan sikap kepemimpinan yang dekat dengan rakyat. Ini adalah tanda depan yang mencerminkan kemampuannya dalam merangkul dan terhubung dengan masyarakat.</p>
Panggung Belakang	<p>Potongan Rambut di Tempat High Class: Potong rambut di pangkas rambut yang dikenal sebagai high class mencerminkan status sosial dan kemampuan Pak Ganjar untuk menikmati fasilitas mewah. Ini bisa menjadi tanda belakang yang menunjukkan pengalaman atau kehidupan sebelumnya yang terkait dengan tingkat sosial yang tinggi.</p> <p>Kunjungan ke Klenteng dan Interaksi dengan Warga: Melakukan kunjungan ke klenteng dan berinteraksi dengan warga dapat dianggap sebagai tanda belakang yang menunjukkan pengalaman atau komitmen dalam memahami dan menghargai berbagai aspek kehidupan sosial dan budaya di lingkungannya.</p>
Organisasi	Tidak ada

Sumber: Hasil Penelitian, 2024

Dengan demikian, video TikTok yang diunggah oleh Pak Ganjar Pranowo mencerminkan penggunaan tanda-tanda dan simbol-simbol untuk membentuk citra dirinya sebagai pemimpin yang dekat dengan masyarakat, ramah, dan memahami berbagai lapisan sosial dan budaya. Video ini dapat mempengaruhi persepsi publik tentang kepemimpinan Pak Ganjar dan memperkuat dukungannya dari pendukung partai dan masyarakat secara umum.

## Video Tiktok Ganjar Mencicipi Kuliner Nusantara



Gambar 6. Cuplikan Video TikTok Ganjar Mencicipi Kuliner Nusantara  
(Sumber: TikTok @ganjarpranowo, 2023)

Dalam video TikTok yang diunggah oleh Pak Ganjar Pranowo, dia terlihat sedang menikmati makanan khas Minahasa Utara, yaitu amurang, yang memiliki rasa seperti dodol. Pak Ganjar tampak menyukai dan tertarik dengan amurang tersebut, karena dia bertanya tentang isi amurang, jenis gula yang digunakan, dan hal-hal lain terkait makanan tersebut. Selanjutnya, dia juga memperlihatkan dirinya makan bubur Manado dan pisang goreng yang dicocol sambal rica, dan dia menyukai kombinasi rasa manis dan asin pada hidangan tersebut. (Pranowo, 2023a)

Namun, meskipun video tersebut fokus pada pengalaman kuliner Pak Ganjar, isi komentar dari pengguna TikTok tidak sepenuhnya relevan dengan konten video tersebut. Banyak komentar yang lebih terkait dengan pertanyaan mengapa Pak Ganjar mengunjungi Manado sementara Jawa Tengah mengalami banjir. Hubungan dengan Teori Semiologi Kepemimpinan dan Tanda Depan serta Tanda Belakang:

Tabel 5. Identifikasi Tanda dalam Konten Video TikTok Ganjar Saat Mencicipi Kuliner Nusantara

Panggung Depan	Pengalaman Kuliner: Melalui video tersebut, Pak Ganjar menunjukkan sisi kehidupan pribadinya, khususnya dalam hal kuliner. Tampilan sederhana ini dapat mencerminkan tanda depan kepemimpinan yang dekat dengan masyarakat dan mau berbagi momen santai serta pengalaman yang lebih personal dengan publik.
Panggung Belakang	Pertanyaan tentang Prioritas: Komunitas online mengajukan pertanyaan tentang alasan Pak Ganjar mengunjungi Manado dalam konteks kondisi banjir di Jawa Tengah. Tanda belakang ini menggambarkan bahwa dalam

	<p>konteks politik, seorang pemimpin seringkali dihadapkan pada pertanyaan tentang prioritas dan fokus perhatian mereka terhadap isu-isu yang sedang terjadi di wilayah yang dipimpinnya.</p> <p>Hubungan teori semiologi kepemimpinan dengan video tersebut dapat dikaitkan dengan upaya Pak Ganjar untuk menunjukkan sisi personalnya, seperti mengeksplorasi kuliner lokal yang bisa dianggap sebagai cara untuk berbaur dengan masyarakat di wilayah yang dia kunjungi. Sementara itu, tanda belakangnya mengacu pada pertanyaan tentang prioritas dan perhatian seorang pemimpin dalam menghadapi isu-isu yang terjadi di wilayah yang dipimpinnya, dan bagaimana komunitas online menanggapi konten yang diunggah olehnya.</p> <p>Penting untuk dicatat bahwa video TikTok atau media sosial lainnya dapat memberikan wawasan tentang kepribadian seorang pemimpin, namun sebagai seorang pemimpin politik, juga penting bagi Pak Ganjar Pranowo untuk tetap mempertimbangkan konteks politik dan respons publik terhadap tindakan atau keputusan yang diambilnya.</p>
Organisasi	Tidak ada

***Video Tiktok Ganjar Mencicipi Makanan Buatan Warga***



Gambar 7. Cuplikan Video TikTok Ganjar Mencicipi Makanan Buatan Warga  
(Sumber: TikTok @ganjarpranowo, 2022)

Dalam video TikTok yang diunggah oleh Pak Ganjar Pranowo, dia terlihat mencoba produk olahan dari porang yang berasal dari sahabat petani porang di Sukoharjo. Pak Ganjar menikmati makanan tersebut, termasuk produk olahan seperti siratake, mie yang terbuat dari porang. Dia juga berbincang dengan seorang ibu yang terlibat dalam pembuatan makanan tersebut. Isi komentar yang ada pada video tersebut beragam, ada yang merasa nostalgia karena telah menikmati makanan dari porang sejak dulu dan bangga dengan makanan khas

daerahnya. (Pranowo, 2022). Namun, ada juga yang baru mengetahui tentang porang dan melalui video tersebut menjadi diperkenalkan pada makanan dari porang terlihat dari SEO (Search Engine Optimization) Tiktok yang muncul. SEO tersebut muncul karena banyak orang yang mencari tahu kata kunci tersebut.

Penjelasan singkat tentang Porang:

Porang adalah tanaman umbi-umbian yang berasal dari Indonesia dan telah digunakan sebagai bahan makanan dan bahan baku industri dalam beberapa waktu terakhir. Umbi porang kaya akan glucomannan, yaitu serat larut yang memiliki manfaat kesehatan dan sering digunakan sebagai pengental dalam industri makanan.



Gambar 8. Tanggapan Komentar Warganet di TikTok  
(Sumber: TikTok @ganjarpranowo, 2022)

Hubungan dengan Teori Semiologi Kepemimpinan dan Tanda Depan serta Tanda Belakang:

Tabel 6. Identifikasi Tanda dalam Video TikTok Ganjar Saat Mencicipi Masakan Warga

Panggung Depan	Eksplorasi Kuliner Lokal: Melalui video TikTok ini, Pak Ganjar Pranowo menunjukkan upaya untuk mendukung produk olahan dari porang dan makanan lokal daerah Sukoharjo. Ini adalah tanda depan dari kepemimpinan yang berhubungan dengan upaya untuk mendukung produk-produk lokal dan memperkenalkan makanan khas daerahnya.
Panggung Belakang	Nostalgia dan Keberagaman Respon: Respon yang beragam dari komentar pada video ini mencerminkan tanda belakang dari kepemimpinan yang

	menunjukkan berbagai reaksi dari masyarakat. Ada yang merasa nostalgia dan bangga dengan makanan khas daerahnya, sementara ada yang baru mengetahui tentang makanan dari porang dan diperkenalkan melalui video tersebut. Ini menggambarkan bahwa sebagai seorang pemimpin, respon publik bisa bervariasi dan penting untuk memahami dan merespons berbagai pandangan.
Organisasi	Tidak ada

Sumber: Hasil Penelitian, 2024

Dalam konteks teori semiologi kepemimpinan, video TikTok yang diunggah oleh Pak Ganjar Pranowo dapat digunakan sebagai sarana untuk memperkenalkan makanan lokal dan mendukung produk olahan dari porang, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kesadaran dan apresiasi terhadap kuliner lokal dan produk daerah. Selain itu, video ini juga mencerminkan respon beragam dari masyarakat, yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi seorang pemimpin dalam menghadapi keberagaman pandangan dan tanggapan dari publik.

### Kesimpulan

Penelitian ini mengungkap bahwa transformasi komunikasi Ganjar Pranowo dari pendekatan Jawa-sentris menuju Indonesia-sentris telah memainkan peran krusial dalam membangun citra kepemimpinan nasionalnya menjelang pemilihan presiden. Dengan memanfaatkan media sosial, terutama Instagram dan TikTok, Ganjar berhasil mengembangkan strategi komunikasi yang inovatif. Ia menyebarkan konten interaktif yang tidak hanya menarik tetapi juga mengintegrasikan simbol-simbol budaya lokal, seperti kuliner, dalam narasi kebangsaan. Pendekatan semiotika yang diterapkan dalam konten digital Ganjar mengungkapkan bagaimana penggunaan simbol-simbol nasional dan pesan-pesan Indonesia-sentris telah secara efektif memperluas daya tarik politiknya dan membangun koneksi emosional yang kuat dengan publik. Dalam konteks politik kuliner, Ganjar memanfaatkan momen makan bersama, baik dalam acara resmi maupun informal, untuk berinteraksi dengan warga secara akrab dan mudah diakses. Keterlibatannya dalam acara makanan lokal serta kunjungan ke tempat-tempat kuliner tertentu tidak hanya menciptakan kedekatan emosional tetapi juga memperkuat identifikasi dirinya dengan masyarakat.

Lebih jauh lagi, partisipasi Ganjar dalam kegiatan kuliner sehari-hari dan promosi makanan khas daerah berkontribusi pada pembentukan citra kepemimpinan yang ramah dan dekat dengan rakyat. Ini menciptakan kesan bahwa Ganjar adalah pemimpin yang memahami dan menghargai keragaman budaya Indonesia. Selain itu, melalui politik kuliner, Ganjar juga memanfaatkan kesempatan untuk mempromosikan produk-produk lokal dan industri makanan daerah, yang tidak hanya mendukung pertumbuhan ekonomi lokal tetapi juga meningkatkan kesadaran dan apresiasi terhadap produk-produk lokal. Penelitian ini mengisi celah dalam literatur komunikasi politik dengan menyoroti bagaimana integrasi simbol budaya lokal dalam strategi komunikasi politik, khususnya melalui politik kuliner, dapat mempengaruhi persepsi publik dan memperkuat citra kepemimpinan nasional. Temuan ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman tentang bagaimana pendekatan

semiotika dan budaya lokal dapat digunakan sebagai alat strategis dalam membangun narasi politik yang selaras dengan identitas nasional. Strategi ini menegaskan pentingnya keautentikan dalam politik kuliner agar dapat meraih dukungan yang tulus dari publik.

### Daftar Pustaka

- Adam, S. (2017). Nilai-Nilai Kepemimpinan Dalam Film Jokowi (Analisis Semiotika). *Jurnal Irfani*, 13(1), 72–96.  
<https://journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/ir/article/view/531/434>
- Anggara, M. D. (2022, December 5). Wajib Coba, Ini Daftar Kulineran Khas Daerah Favorit Ganjar Pranowo dari Penjuru Nusantara. *Tribunnews*.  
<https://wartakota.tribunnews.com/2022/11/05/wajib-coba-ini-daftar-kulineran-khas-daerah-favorit-ganjar-pranowo-dari-penjuru-nusantara#>
- Asriningsari, A., & Umayana, N. M. (2018). *Semiotika Teori dan Aplikasi pada Karya Sastra*. IKIP PGRI Semarang Press.
- Barthes, R. (1972). *Mythologies*. Hill and Wang.
- Barthes, R. (2017). *Elemen-Elemen Semiologi* (E. A. Iyebenu, Ed.; 1st ed.). BASABASI.  
[https://books.google.co.id/books?id=h1lFEAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=h1lFEAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Borong Dagangan Kaki Lima, Ganjar Bagikan Makanan Sambil Ingatkan Prokes. (2021, July 25). *Humas Jateng*. [https://humas.jatengprov.go.id/detail\\_berita\\_gubernur?id=5447](https://humas.jatengprov.go.id/detail_berita_gubernur?id=5447)
- Brubaker, R., & Cooper, F. (2000). Beyond “Identity”. *Theory and Society*, 29(1), 1-47.
- Budiyono, B. (2015). Fenomena Komunikasi Politik dalam Media Sosial. *IPTEK-KOM*, 17(2), 143–160. <https://media.neliti.com/media/publications/227984-fenomena-komunikasi-politik-dalam-media-468e2387.pdf>
- Casero-Ripollés, A. (2020). Influence of media on the success of political communication strategies: The case of social media. *Media and Communication*, 8(3), 171-182.
- Casero-Ripollés, A. (2020). Influence of media on the success of political communication strategies: The case of social media. *Media and Communication*, 8(3), 171-182.
- Chadwick, A. (2013). *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford University Press.
- Chadwick, A. (2013). *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford University Press.
- Eco, U. (1976). *A Theory of Semiotics*. Indiana University Press.
- Enli, G. (2017). Twitter as arena for the authentic outsider: Exploring the social media campaigns of Trump and Clinton in the 2016 US presidential election. *European Journal of Communication*, 32(1), 50-61.
- Ersyad, F. A. (2022). *Semiotika komunikasi dalam perspektif Charles Sanders Pierce*. CV. Mitra Cendekia Media.  
[https://www.google.co.id/books/edition/Semiotika\\_komunikasi\\_dalam\\_perspektif\\_Ch/WBRyEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Semiotika_komunikasi_dalam_perspektif_Ch/WBRyEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- Hayes, R., & Watts, R. (2016). *Reframing the Leadership Landscape Creating a Culture of Collaboration*. Taylor & Francis.  
[https://www.google.co.id/books/edition/Reframing\\_the\\_Leadership\\_Landscape/9QKrCwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Reframing_the_Leadership_Landscape/9QKrCwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- Kurnia, I. (2024). *Branding politik: Teori dan Opini* (E. D. Kosasih, Ed.; 1st ed.). Omera Pustaka.  
[https://www.google.co.id/books/edition/BRANDING\\_POLITIK\\_TEORI\\_DAN\\_OPINI/yvHzEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1](https://www.google.co.id/books/edition/BRANDING_POLITIK_TEORI_DAN_OPINI/yvHzEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1)

- McNair, B. (2017). *An Introduction to Political Communication* (6th ed.). Routledge.
- Newman, B. I., & Pich, C. (Eds.). (2020). *Political Branding More Than Parties, Leaders and Policies*. Taylor & Francis.  
[https://www.google.co.id/books/edition/Political\\_Branding/FFgMEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1](https://www.google.co.id/books/edition/Political_Branding/FFgMEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1)
- Nimmo, D. (2011). *Komunikasi Politik, Komunikator, Pesan, dan Media*. Remaja Rosdakarya.
- Norris, P. (2001). *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. Cambridge University Press.
- Patlima, H. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif* (4th ed.). Elfabeta.
- Pawito, P. (2015). *Komunikasi Politik: Media Massa dan Kampanye Pemilihan*. Jalasutra.
- Pranowo, G. (2022). *Ganjar Mencoba Produk Olahan Porang dari Petani Poranf*. In Video TikTok.
- Pranowo, G. (2023a). *Ganjar Mencoba Makanan Khas Manado*. In Video TikTok.
- Pranowo, G. (2023b). *Ngopi dulu masseh*. In Video TikTok.
- Samsu, S. (2017). *METODE PENELITIAN: teori dan aplikasi penelitian kualitatif, kuantitatif, mixed methods, serta research & development* (R. Rusmini, Ed.). Pusaka.
- Sarihati, T., Luthfie, M., & Kurniadi, B. (2022). *Komunikasi Politik, Media Massa dan Opini Publik*. PT. RajaGrafindo Persada - Rajawali Pers.  
[https://www.google.co.id/books/edition/Komunikasi\\_Politik\\_Media\\_Massa\\_dan\\_Opini/KbOAEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Komunikasi_Politik_Media_Massa_dan_Opini/KbOAEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- Wahjuwibowo, I. S. (2019). *Semiotika Komunikasi Edisi III* (3rd ed.). Penerbit Mitra Wacana Media.  
[https://books.google.co.id/books?id=qsKHDwAAQBAJ&newbks=0&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=qsKHDwAAQBAJ&newbks=0&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Wempi, J. A., Chrisdina, C., Rubiyanto, R., Roedyati, J., Nurhajati, L., Boer, R. F., Aladdin, Y. A., Ikhsano, A., Harianto, J., Aruman, E., Akbari, T. T., & Sukandar, R. (2023). *Bunga Rampai Kajian Kepemimpinan Kontemporer: Pendekatan Aplikatif Lintas Bidang* (1st ed.). LSPR Publishing.  
[https://omp.lspr.edu/index.php/omp/catalog/view/20/bungarampaikepemimpinan\\_1/199](https://omp.lspr.edu/index.php/omp/catalog/view/20/bungarampaikepemimpinan_1/199)