TIKTOK SEBAGAI MEDIUM KOMUNIKASI POLITIK: ANALISIS KONTEN KUALITATIF STRATEGI KAMPANYE AHMAD LUTHFI PADA PILKADA JAWA TENGAH 2024

Sumarno

Universitas Paramadina
E-mail : der.sumarno@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi politik Ahmad Luthfi sebagai calon Gubernur Jawa Tengah 2024 melalui platform media sosial TikTok. Menggunakan metode analisis konten kualitatif dengan pendekatan deskriptif, penelitian ini mengobservasi seluruh konten yang diunggah pada akun TikTok @ahmadluthfiofficial selama periode 1–20 November 2024. Data menunjukkan total 218 unggahan (206 video dan 12 foto) yang diklasifikasikan ke dalam lima pilar konten: Endorsement (99 konten), Visi-Misi (53 konten), Blusukan (44 konten), Keluarga (15 konten), dan Hiburan (7 konten). Hasil penelitian mengungkapkan bahwa strategi komunikasi politik Ahmad Luthfi di TikTok didominasi oleh pendekatan *personal branding* melalui legitimasi elit politik (endorsement), disertai dengan penekanan pada citra kepemimpinan yang dekat dengan rakyat melalui konten blusukan. Platform TikTok dimanfaatkan tidak hanya sebagai media diseminasi informasi politik, tetapi juga sebagai ruang konstruksi citra kepemimpinan yang humanis dan religius. Temuan ini memberikan kontribusi teoretis pada pemahaman transformasi komunikasi politik di era media sosial, khususnya dalam konteks pemilihan kepala daerah di Indonesia.

Kata Kunci : *Komunikasi Politik, TikTok, Pilkada, Ahmad Luthfi, Analisis Konten*

ABSTRACT

This study aims to analyze the political communication strategy of Ahmad Luthfi as a candidate for Governor of Central Java 2024 through the social media platform TikTok. Using qualitative content analysis with a descriptive approach, this study observed all content uploaded on the TikTok account @ahmadluthfiofficial during the period 1–20 November 2024. Data shows a total of 218 uploads (206 videos and 12 photos) classified into five content pillars: Endorsement (99 contents), Vision-Mission (53 contents), Blusukan (44 contents), Family (15 contents), and Entertainment (7 contents). The results reveal that Ahmad Luthfi's political communication strategy on TikTok is dominated by a personal branding approach through political elite legitimation (endorsement), accompanied by an emphasis on leadership imagery that is close to the people through blusukan content. The TikTok platform is utilized not only as a medium for disseminating political information but also as a space for constructing humanistic and religious leadership imagery. These findings provide theoretical contributions to understanding the transformation of political communication in the social media era, particularly in the context of regional head elections in Indonesia.

Keywords : *Political Communication, TikTok, Local Election, Ahmad Luthfi, Content Analysis*

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah lanskap komunikasi politik secara fundamental. Media sosial, yang semula berfungsi sebagai platform interaksi sosial, kini menjadi instrumen strategis dalam kampanye politik. Salah satu platform yang menarik perhatian adalah TikTok, aplikasi berbagi video pendek yang telah merevolusi cara politikus berinteraksi dengan konstituennya. Berbeda dengan platform media sosial konvensional seperti Facebook atau Twitter yang berbasis teks, TikTok menawarkan format video vertikal dengan durasi singkat yang mampu menciptakan koneksi emosional yang lebih intens antara pengirim dan penerima pesan politik.

Pemilihan Umum Gubernur Jawa Tengah 2024 menjadi salah satu kontestasi politik yang paling menarik perhatian publik. Pilkada tersebut mempertemukan dua pasangan calon dengan latar belakang berbeda: Andika Perkasa-Hendrar Prihadi yang diusung oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P), dan Ahmad Luthfi-Taj Yasin yang diusung oleh gabungan sembilan partai politik dalam Koalisi Indonesia Maju Plus. Ahmad Luthfi, seorang purnawirawan perwira tinggi Polri yang pernah menjabat sebagai Kepala Kepolisian Daerah (Kapolda) Jawa Tengah periode 2020–2024, berhasil memenangkan pemilihan dengan perolehan suara 59,14%.

Keberhasilan Ahmad Luthfi dalam Pilkada Jawa Tengah 2024 tidak terlepas dari strategi komunikasi politik yang diterapkannya, khususnya dalam pemanfaatan media sosial. TikTok, sebagai platform dengan pengguna dominan generasi muda, menjadi salah satu kanal komunikasi yang digunakan tim kampanye Ahmad Luthfi untuk menyampaikan pesan politik, membangun citra kepemimpinan, dan meraih simpati pemilih. Akun TikTok resmi Ahmad Luthfi (@ahmadluthfiofficial) telah mengumpulkan 140,9 ribu pengikut dan 2,4 juta suka, menunjukkan adanya *engagement* yang signifikan dari publik.

Data yang diperoleh dari observasi media sosial TikTok Ahmad Luthfi selama periode 1–20 November 2024 menunjukkan total 218 unggahan yang terdiri dari 206 video dan 12 foto. Konten-konten tersebut diklasifikasikan ke dalam lima pilar utama: Endorsement (99 konten), Visi-Misi (53 konten), Blusukan (44 konten), Keluarga (15 konten), dan Hiburan (7 konten). Distribusi konten ini memberikan gambaran yang jelas mengenai strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh tim kampanye Ahmad Luthfi.

Dominasi konten endorsement (45,4% dari total konten) menunjukkan bahwa strategi utama yang dijalankan adalah legitimasi politik melalui dukungan elit. Hal ini sejalan dengan teori komunikasi politik yang menyatakan bahwa *endorsement* dari figur politik mapan dapat meningkatkan kredibilitas dan elektabilitas calon pemimpin. Di sisi lain, konten blusukan (20,2%) mengindikasikan adanya upaya konstruksi citra kepemimpinan yang dekat dengan rakyat, sebuah pendekatan yang telah terbukti efektif dalam konteks politik Indonesia.

Tinjauan Pustaka

Komunikasi Politik di Era Digital

Komunikasi politik dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan-pesan politik dari pengirim kepada penerima dengan tujuan mempengaruhi sikap, opini, dan perilaku politik (Arifin, 2011). Dalam perkembangannya, komunikasi politik telah mengalami transformasi signifikan sejak masuknya internet dan media baru. Indrawan (2020) menjelaskan bahwa media baru telah mengubah skema informasi politik secara pragmatis, di mana komunikasi politik berkembang sangat pesat dan membuktikan bahwa berpendapat merupakan citra diri sebuah demokrasi.

Media sosial, sebagai bagian dari media baru, memiliki karakteristik yang berbeda dengan media massa konvensional. Cangara (2016) menekankan bahwa media sosial memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah yang interaktif, di mana politikus dapat berinteraksi langsung dengan konstituennya tanpa perantara media tradisional. Hal ini menciptakan *personalization of politics*, di mana citra personal politikus menjadi lebih penting daripada citra partai politik.

TikTok sebagai Platform Komunikasi Politik

TikTok telah menjadi salah satu platform media sosial yang dinilai strategis dalam menyampaikan pesan politik. Platform ini memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari platform lain: format video pendek (15–60 detik), algoritmik *feed* yang personal, dan kemampuan untuk menciptakan konten viral dengan cepat. Penelitian oleh Guinaudeau et al. (2025) menunjukkan bahwa konten politik di TikTok menyebar lebih cepat daripada konten hiburan, dengan adanya konsentrasi pengaruh di antara kelompok kecil kreator.

Dalam konteks Indonesia, TikTok menjadi platform pilihan generasi muda (*Gen Z*) untuk mengakses informasi politik. Runner (2024) menunjukkan bahwa TikTok merupakan media sosial andalan bagi Gen Z sebagai sumber informasi politik, menggeser dominasi Facebook yang lebih populer di kalangan milenial. Fenomena ini memiliki implikasi signifikan terhadap strategi kampanye politik, di mana kandidat perlu menyesuaikan format dan gaya komunikasinya dengan karakteristik platform. Wallace dan Dunn (2025) menegaskan bahwa TikTok dengan format video 30–60 detiknya mampu menciptakan *emotional appeals* yang signifikan terhadap pemilih generasi muda.

Personal Branding dan Citra Kepemimpinan dalam Politik

Teori *personal branding* dalam komunikasi politik menjelaskan bahwa politikus harus mampu membangun citra diri yang kuat dan konsisten untuk memenangkan persaingan elektoral. Ahmad Luthfi, dengan latar belakang sebagai mantan Kapolda Jawa Tengah, memiliki modal simbolik berupa pengalaman kepemimpinan di birokrasi keamanan. Namun, untuk memenangkan pemilihan umum, citra kepolisian yang tegas perlu diimbangi dengan citra kepemimpinan yang humanis, religius, dan dekat dengan rakyat.

Konsep *blusukan*—sebuah istilah yang populer sejak era kepemimpinan Joko Widodo—menjadi strategi komunikasi politik yang efektif untuk membangun citra kepemimpinan yang akrab dengan masyarakat. Melalui konten blusukan di TikTok, Ahmad Luthfi menunjukkan kehadirannya di tengah-tengah masyarakat, mengunjungi pasar, tempat-tempat umum, dan berinteraksi langsung dengan warga.

Endorsement Politik sebagai Strategi Legitimasi

Endorsement atau dukungan politik dari figur elit merupakan salah satu strategi komunikasi politik yang paling umum digunakan. Dalam konteks Ahmad Luthfi, endorsement yang paling signifikan adalah kehadiran Presiden Joko Widodo dalam kampanye pasangan Luthfi-Taj Yasin di Jawa Tengah. Dukungan dari elit politik yang memiliki basis massa yang kuat dapat berfungsi sebagai transfer kredibilitas (*credibility transfer*), di mana citra positif endorser ditransfer kepada kandidat yang didukung.

METODE

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis konten (*content analysis*). Sugiyono (2017) menjelaskan bahwa analisis konten kualitatif dipilih karena mampu

mengungkap makna dan interpretasi mendalam dari teks, gambar, dan video yang diunggah di platform media sosial. Pendekatan ini sejalan dengan tujuan penelitian untuk memahami strategi komunikasi politik secara komprehensif, bukan sekadar menghitung frekuensi kemunculan konten.

Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah seluruh konten (video dan foto) yang diunggah pada akun TikTok resmi Ahmad Luthfi (@ahmadluthfiofficial) selama periode 1–20 November 2024. Periode ini dipilih karena merupakan masa kampanye intensif menjelang pemungutan suara Pilkada Jawa Tengah 2024 yang dilaksanakan pada 27 November 2024.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui observasi terhadap akun TikTok Ahmad Luthfi. Seluruh konten yang diunggah dalam periode pengamatan didokumentasikan dan diklasifikasikan ke dalam kategori tematik berdasarkan isi pesan. Klasifikasi konten dilakukan secara induktif dengan mempertimbangkan konteks visual, audio, teks, dan narasi dalam setiap unggahan. Untuk mengetahui jumlah unggahan dalam periode penelitian, peneliti menggunakan alat pemantauan media sosial Social Insider.

Klasifikasi Konten

Berdasarkan hasil observasi, konten TikTok Ahmad Luthfi diklasifikasikan ke dalam lima pilar utama:

1. Endorsement: Konten yang menampilkan dukungan dari figur politik, tokoh masyarakat, atau elit lainnya.
2. Visi-Misi: Konten yang menjelaskan program, rencana kerja, dan visi kepemimpinan Ahmad Luthfi.
3. Blusukan: Konten yang menampilkan kegiatan kunjungan Ahmad Luthfi ke berbagai lokasi dan interaksi langsung dengan masyarakat.
4. Keluarga: Konten yang menampilkan aspek kehidupan pribadi dan keluarga Ahmad Luthfi.
5. Hiburan: Konten dengan nuansa ringan, humor, atau hiburan semata.

Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan teknik analisis tematik kualitatif. Langkah-langkah analisis meliputi: (1) pengumpulan dan pengorganisasian data, (2) pengkodean data berdasarkan kategori tematik, (3) identifikasi pola dan tema, (4) interpretasi makna konten dalam konteks teori komunikasi politik, dan (5) penarikan kesimpulan.

Keabsahan Data

Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan data yang didapat di alat pemantauan media sosial dengan perhitungan secara manual.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Distribusi Konten TikTok Ahmad Luthfi

Hasil observasi terhadap akun TikTok Ahmad Luthfi selama periode 1–20 November 2024 menunjukkan data sebagai berikut:

Tabel 1. Distribusi Jumlah dan Format Konten TikTok Ahmad Luthfi

Jenis Konten	Jumlah	Persentase
Video	206	94,5%
Foto	12	5,5%
Total	**218**	**100%**

Tabel 2. Distribusi Konten Berdasarkan Pilar Tematik

Pilar Konten	Jumlah	Persentase
endorsement	99	45,4%
Visi-Misi	53	24,3%
Blusukan	44	20,2%
Keluarga	15	6,9%
Hiburan	7	3,2%
Total	**218**	**100%**

Analisis Konten Endorsement (45,4%)

Konten endorsement mendominasi *feed* TikTok Ahmad Luthfi dengan proporsi 45,4% dari total unggahan. Dominasi yang sangat tinggi ini mengindikasikan bahwa strategi utama tim kampanye adalah legitimasi politik melalui dukungan elit. Dalam konteks teori komunikasi politik, endorsement berfungsi sebagai mekanisme *source credibility*, di mana kredibilitas figur yang memberikan dukungan ditransfer kepada kandidat.

Dalam konten-konten endorsement, terlihat hadirnya berbagai figur politik dari partai-partai pengusung, termasuk tokoh-tokoh dari Gerindra, PKB, Golkar, dan partai lainnya. Kehadiran Presiden Joko Widodo dalam kampanye Ahmad Luthfi di Jawa Tengah menjadi momen yang paling signifikan, mengingat Jokowi memiliki basis massa yang sangat kuat di Jawa Tengah.

Selain tokoh politik, Ahmad Luthfi mendapatkan banyak endorsement dari influencer atau artis Indonesia terkenal, seperti Raffi Ahmad, Kaesang Pangarep, Chef Bobon, Andre Taulany, Gading Martin, Desta Mahendra hingga Abe (influencer cilik).

Secara kualitatif, konten endorsement tidak sekadar menampilkan foto atau video bersama tokoh politik. Narasi yang dibangun dalam konten ini menekankan pada kesamaan visi, komitmen bersama, dan legitimasi kepemimpinan. Hashtag yang digunakan, seperti #NgopeniNgelakoni, #JatengMaju, dan #LuthfiYasin, berfungsi sebagai *framing device* yang membingkai pesan politik dalam kerangka yang positif dan progresif.

Dominasi konten endorsement juga mencerminkan realitas politik koalisi di Indonesia. Karena Ahmad Luthfi diusung oleh sembilan partai politik, tim kampanye perlu menunjukkan bahwa dukungan tersebut adalah solid dan komitmen. TikTok menjadi medium yang efektif untuk menunjukkan kekuatan koalisi ini kepada publik, terutama pemilih muda yang merupakan pengguna dominan platform tersebut.

Kompas.id (2024) melaporkan bahwa citra kampanye Ahmad Luthfi cenderung menekankan kedekatan dengan pejabat dan elit politik, yang sejalan dengan dominasi konten endorsement di TikTok.

Analisis Konten Visi-Misi (24,3%)

Konten visi-misi menempati posisi kedua dengan proporsi 24,3%. Konten dalam kategori ini berisi penjelasan mengenai program kerja, rencana pembangunan, dan visi kepemimpinan Ahmad Luthfi untuk Jawa Tengah. Berbeda dengan konten endorsement yang bersifat simbolik,

konten visi-misi bersifat instrumental—yaitu memberikan informasi konkret kepada pemilih mengenai apa yang akan dilakukan jika terpilih.

Dalam format TikTok, konten visi-misi disajikan dengan cara yang ringkas dan visual. Informasi mengenai program pembangunan infrastruktur, pendidikan, kesehatan, dan ekonomi disajikan melalui video pendek dengan teks *overlay*, grafis, dan narasi yang mudah dipahami. Pendekatan ini sejalan dengan karakteristik TikTok sebagai platform yang menuntut penyampaian pesan secara cepat dan menarik.

Konten visi-misi juga sering dikaitkan dengan slogan *"Ngopeni Ngelakoni"*, yang menekankan pada pendekatan kepemimpinan yang berbasis pada pengamatan langsung dan tindakan nyata. Hal ini berbeda dengan pendekatan politikus konvensional yang seringkali hanya menjanjikan program tanpa menunjukkan bukti komitmen.

Analisis Konten Blusukan (20,2%)

Konten blusukan menempati posisi ketiga dengan proporsi 20,2%. Meskipun proporsinya lebih rendah dari endorsement dan visi-misi, konten blusukan memiliki signifikansi kualitatif yang tinggi dalam konstruksi citra kepemimpinan. Konten dalam kategori ini menampilkan Ahmad Luthfi yang mengunjungi berbagai lokasi—pasar, pedesaan, tempat-tempat umum—dan berinteraksi langsung dengan masyarakat.

Konsep blusukan yang diadopsi oleh Ahmad Luthfi merupakan warisan dari strategi komunikasi politik Joko Widodo. Namun, dalam konteks Ahmad Luthfi, blusukan memiliki makna tambahan: mengimbangi citra kepolisian yang tegas dengan citra kepemimpinan yang akrab dan peduli. Sebagai mantan Kapolda, Ahmad Luthfi memiliki citra yang cenderung formal dan birokratis. Melalui konten blusukan di TikTok, citra tersebut dihumanisasi.

Dalam konten blusukan, terlihat Ahmad Luthfi yang mengenakan pakaian sederhana, berjalan kaki di pasar, makan bersama warga, dan mendengarkan keluhan masyarakat secara langsung. Visualisasi ini menciptakan *parasocial interaction*—sebuah hubungan pseudo-sosial antara politikus dan pemilih—yang mampu meningkatkan rasa kedekatan emosional.

Analisis Konten Keluarga (6,9%)

Konten keluarga, meskipun hanya 6,9% dari total unggahan, memiliki fungsi strategis dalam membangun citra kepemimpinan yang holistik. Konten dalam kategori ini menampilkan aspek kehidupan pribadi Ahmad Luthfi, termasuk interaksi dengan istri dan anak-anaknya. Anak-anak laki-laki Ahmad Luthfi mendominasi konten keluarga ini

Dalam komunikasi politik, penampilan aspek keluarga berfungsi untuk menunjukkan bahwa politikus adalah manusia biasa yang memiliki kehidupan pribadi, bukan sekadar figur publik yang jauh dari kehidupan sehari-hari. Hal ini penting untuk membangun *relateability*—kemampuan pemilih untuk merasa dapat berhubungan dengan politikus.

Selain itu, dalam konteks masyarakat Jawa yang masih memegang teguh nilai-nilai kekeluargaan, penampilan konten keluarga juga berfungsi untuk menunjukkan bahwa Ahmad Luthfi memiliki fondasi moral dan etika yang kuat. Citra sebagai kepala keluarga yang bahagia dan harmonis dapat ditransfer menjadi citra sebagai pemimpin yang akan menjaga "keluarga besar" Jawa Tengah dengan penuh tanggung jawab.

Analisis Konten Hiburan (3,2%)

Konten hiburan memiliki proporsi terendah (3,2%), namun kehadirannya tetap signifikan. Konten dalam kategori ini menunjukkan sisi humanis dan ringan dari Ahmad Luthfi, seperti berpartisipasi dalam tren TikTok, menari, atau melakukan aktivitas lucu lainnya.

Proporsi yang rendah dari konten hiburan mengindikasikan bahwa tim kampanye Ahmad Luthfi memposisikan TikTok bukan sekadar sebagai platform hiburan, tetapi sebagai platform komunikasi politik yang serius. Namun, kehadiran konten hiburan yang terbatas tetap berfungsi untuk menunjukkan bahwa Ahmad Luthfi mampu beradaptasi dengan kultur digital generasi muda dan tidak kaku secara personal.

Pembahasan: Strategi Komunikasi Politik di TikTok

Berdasarkan analisis di atas, dapat diidentifikasi beberapa strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh Ahmad Luthfi di TikTok:

Pertama, strategi *multi-layered legitimacy*. Ahmad Luthfi membangun legitimasi kepemimpinannya melalui berbagai lapisan: legitimasi institusional (melalui dukungan partai politik dan elit), legitimasi personal (melalui pengalaman sebagai Kapolda), dan legitimasi popular (melalui interaksi langsung dengan masyarakat). TikTok menjadi medium yang efektif untuk menyatukan ketiga lapisan legitimasi ini dalam satu platform.

Kedua, strategi *hybrid imagery*. Tim kampanye Ahmad Luthfi secara cermat mengkonstruksi citra kepemimpinan yang hibrid—memadukan citra tegas (dari latar belakang kepolisian) dengan citra humanis (melalui blusukan dan konten keluarga), serta citra religius (melalui kehadiran Gus Yasin sebagai wakil). Kombinasi citra ini dirancang untuk menjangkau berbagai segmen pemilih: mereka yang menginginkan keamanan dan ketertiban, mereka yang menginginkan kepemimpinan yang dekat dengan rakyat, dan mereka yang mengutamakan nilai-nilai religius.

Ketiga, strategi *platform-native content*. Tim kampanye memahami karakteristik TikTok sebagai platform yang menuntut konten yang autentik, cepat, dan visual. Konten-konten yang diunggah tidak sekadar transfer dari media konvensional, tetapi dirancang khusus untuk format TikTok. Penggunaan video vertikal, teks *overlay*, musik latar, dan hashtag yang relevan menunjukkan adaptasi terhadap *affordances* platform.

Keempat, strategi *emotional engagement*. TikTok, sebagai platform yang mengandalkan algoritma berbasis *engagement*, mendorong tim kampanye untuk menciptakan konten yang mampu memicu reaksi emosional. Konten blusukan yang menampilkan interaksi akrab dengan warga, konten keluarga yang menghangatkan hati, dan konten endorsement yang membangun rasa bangga merupakan upaya untuk menciptakan koneksi emosional dengan pemilih.

KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa strategi komunikasi politik Ahmad Luthfi di TikTok selama Pilkada Jawa Tengah 2024 didominasi oleh pendekatan legitimasi elit politik melalui konten endorsement (45,4%), yang diikuti oleh diseminasi visi-misi (24,3%) dan konstruksi citra kepemimpinan yang dekat dengan rakyat melalui konten blusukan (20,2%). Platform TikTok dimanfaatkan secara strategis tidak hanya sebagai media informasi, tetapi sebagai ruang konstruksi citra kepemimpinan yang multi-dimensi: tegas namun humanis, berpengalaman namun dekat dengan rakyat, dan berbasis koalisi namun memiliki visi jelas.

Dominasi konten endorsement mengindikasikan bahwa dalam konteks politik koalisi di Indonesia, legitimasi dari elit politik masih menjadi faktor krusial dalam mempengaruhi preferensi pemilih. Namun, keberhasilan Ahmad Luthfi tidak hanya bergantung pada dukungan elit, tetapi juga pada kemampuannya untuk membangun citra kepemimpinan yang autentik dan *relatable* melalui konten blusukan dan keluarga.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi platform yang signifikan dalam lanskap komunikasi politik Indonesia. Karakteristik platform yang memungkinkan penyampaian pesan politik dalam format yang singkat, visual, dan emosional telah mengubah cara politikus berinteraksi dengan konstituennya. Bagi generasi muda yang menjadi pengguna dominan TikTok, politik tidak lagi sekadar soal program dan kebijakan, tetapi juga soal citra, emosi, dan koneksi personal.

Implikasi Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini memperkaya literatur komunikasi politik digital dengan menunjukkan bagaimana teori *personal branding*, legitimasi politik, dan *affordances* media sosial dapat diaplikasikan dalam konteks TikTok. Temuan ini juga mengkonfirmasi bahwa konsep *personalization of politics* menjadi semakin relevan di era media sosial, di mana citra personal politikus seringkali lebih dominan daripada citra partai politik.

Implikasi Praktis

Secara praktis, penelitian ini memberikan rekomendasi bagi konsultan politik dan tim sukses untuk: (1) memahami karakteristik unik setiap platform media sosial dan merancang konten yang *platform-native*, (2) membangun keseimbangan antara konten simbolik (endorsement, citra) dan konten instrumental (visi-misi, program), (3) memanfaatkan format video pendek untuk menciptakan koneksi emosional dengan pemilih, dan (4) mengkonstruksi citra kepemimpinan yang hibrid untuk menjangkau berbagai segmen pemilih.

Keterbatasan dan Saran

Keterbatasan penelitian ini terletak pada fokusnya pada satu platform (TikTok) dan satu periode waktu yang relatif singkat (20 hari). Penelitian mendatang dapat memperluas cakupan dengan menganalisis multi-platform (Instagram, Facebook, Twitter/X) dan periode yang lebih panjang sehingga mendapatkan hasil penelitian yang lebih lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

Arifin, A. (2011). *Komunikasi Politik: Filsafat, Paradigma, Teori, Tujuan, Strategi, dan Komunikasi Politik Indonesia* (2nd ed., Vol. 1). Graha Ilmu.

Cangara, H. (2016). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Rajawali Pers.

Guinaudeau, I., et al. (2025). Politics in 60 Seconds: Short-Form Video, TikTok, and Political Communication. *Political Science Now*.

Indrawan, J. (2020). Kehadiran Media Baru (New Media) dalam Proses Komunikasi Politik. *Jurnal Medium*, 8(1).

Kompas. (2024, Oktober 22). *Perjalanan Politik Ahmad Luthfi*. Kompaspedia. https://kompaspedia.kompas.id/baca/infografik/kronologi/perjalanan-politik-ahmad-luthfi

Kompas.id. (2024, November 22). *Citra Kampanye Pilkada Jawa Tengah: Ahmad Luthfi Dekat Pejabat, Andika Perkasa Bersama Rakyat*. https://www.kompas.id/artikel/citra-kampanye-pilkada-jawa-tengah-ahmad-luthfi-dekat-pejabat-andika-perkasa-bersama-rakyat

Runner, P. (2024). Media Sosial Andalan Akses Informasi Politik: Gen-Z TikTok, Milenial Facebook. Goodstats.id.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Wallace, M. B., & Dunn, S. (2025). *Politics in 30 Seconds: How TikTok's Emotional Appeals Influence Gen Z Voters*. Radford University.

Wikipedia. (2024a). *Ahmad Luthfi*. https://id.wikipedia.org/wiki/Ahmad_Luthfi

Wikipedia. (2024b). *Pemilihan Umum Gubernur Jawa Tengah 2024*. https://id.wikipedia.org/wiki/Pemilihan_umum_Gubernur_Jawa_Tengah_2024