

BAB III

HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi paparan hasil penelitian. Sebagaimana termuat dalam bagian metode desain penelitian yakni kualitatif, bagian ini memaparkan 3 bentuk analisis, antara lain analisis teks atau disebut analisis tekstual terhadap konten transkrip wawancara, analisis semiotika untuk memetakan *sign*, *signifier*, dan *signified* yang berfungsi untuk mengupas sentimen atau pemaknaan dalam sebuah data (berupa teks maupun visual), serta analisis struktural yang menggunakan alat bantu Nvivo versi 15 dengan tujuan memetakan kata dominan serta pengelompokan kode (pemaknaan data) yang lebih detail pada tiap subjek.

3.1 Analisis Tekstual (Konten)

Analisis tekstual terhadap konten kampanye media sosial Instagram dalam Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Tengah 2024 menunjukkan bahwa isu gender, khususnya representasi perempuan, hadir secara konsisten namun dengan pola yang relatif seragam dan cenderung normatif. Teks-teks kampanye, baik dalam bentuk caption maupun narasi pendamping visual, tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan politik, tetapi juga sebagai medium konstruksi makna sosial terkait peran gender dalam ruang politik. Bahasa yang digunakan para kandidat memperlihatkan kecenderungan kuat untuk merepresentasikan perempuan dalam kerangka relasional, emosional, dan simbolik, alih-alih sebagai subjek politik yang otonom.

Dalam lensa yang lebih luas, unggahan-unggahan kampanye memperlihatkan kecenderungan kuat untuk mengaitkan pesan politik dengan

kehidupan personal, relasi keluarga, serta interaksi emosional dengan publik. Dalam konteks ini, isu gender muncul secara berulang, baik melalui penyebutan eksplisit perempuan, kehadiran figur perempuan dalam visual dan narasi, maupun melalui simbol dan gaya komunikasi yang mereproduksi peran gender tertentu. Pola-pola ini menjadi dasar dalam pengelompokan kode menuju perumusan tema, topik, dan subtema yang akan digunakan dalam analisis struktural menggunakan Nvivo pada tahap analisis terakhir.

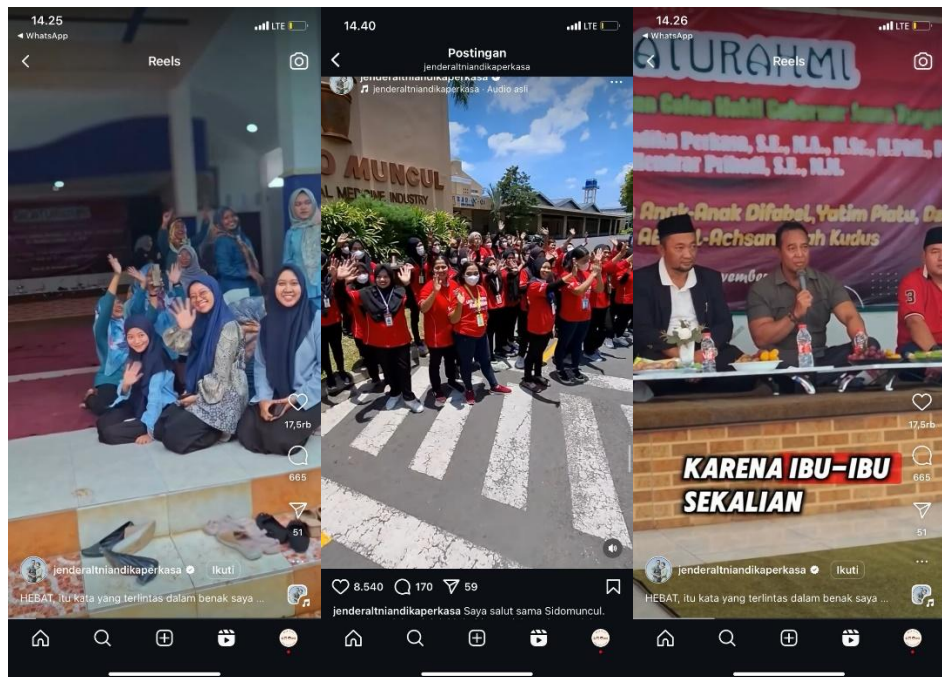
3.1.1 Subjek Andika Perkasa

Dalam konten yang diunggah oleh Andika Perkasa (AP), representasi perempuan terutama dimunculkan melalui figur istri dan keluarga. Narasi yang menekankan istri sebagai “*support system*” utama memperlihatkan bagaimana keberhasilan politik kandidat dikaitkan secara langsung dengan dukungan domestik perempuan. Pilihan diksi seperti “dukungan”, “menemani”, dan “bangga” membangun citra “perempuan” sebagai basis emosional dan moral bagi kandidat laki-laki. Meskipun perempuan ditampilkan secara positif dan dihargai, representasi tersebut tetap berada dalam batas peran tradisional, yakni sebagai pendamping dan penguat, bukan sebagai aktor politik dengan agenda dan posisi yang setara. Teks kampanye oleh AP mereproduksi konstruksi gender patriarkal dalam balutan narasi keluarga harmonis yang mudah diterima publik.



Gambar 3.1. Istri (perempuan) ditempatkan sebagai bagian yang mendukung kinerja subjek

Selain itu, AP juga memanfaatkan narasi pemberdayaan perempuan melalui penyebutan buruh perempuan di sektor industri, khususnya pabrik yang mayoritas pekerjaannya adalah perempuan. Namun, representasi ini lebih menempatkan perempuan sebagai objek kebijakan dan penerima manfaat pembangunan, bukan sebagai pengambil keputusan. Teks kampanye menekankan aspek kepedulian kandidat terhadap perempuan, yang secara implisit memperkuat posisi kandidat sebagai pelindung dan pemberi solusi, sementara perempuan tetap berada dalam posisi yang dilindungi.

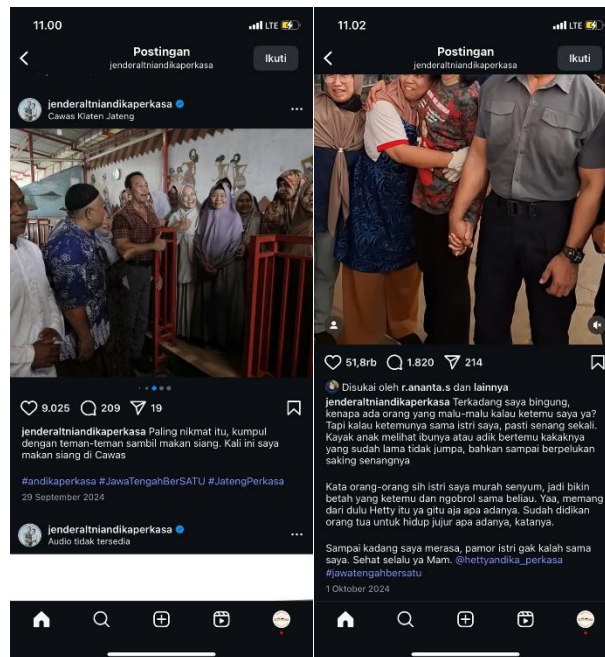


Gambar 3.2. Perempuan sebagai penerima manfaat

Selanjutnya, penciri gaya komunikasi politik dapat tercermin dari komentar atau *caption* yang diberikan oleh *netizen*. *Caption* seperti “Istri sebagai ‘Support System’” dan “Hetty selalu punya cara untuk memberikan dukungan kepada saya... tak lain adalah berkat dukungannya selama ini @hettyandika_perkasa” membingkai istri sebagai pondasi kesuksesan pribadi kandidat, dengan penekanan pada dukungan emosional yang mencerminkan norma patriarkal di mana perempuan adalah jembatan bagi ambisi laki-laki. Narasi keluarga lebih lanjut terlihat dalam *caption* tentang pernikahan anak, “Angela, Daddy ingin memastikan lagi ke kamu, apakah kamu siap untuk menjadi istri yang SETIA...”, yang menekankan kesetiaan dan peran tradisional perempuan sebagai istri, menggunakan bahasa afektif seperti “bidadari kecil Daddy” untuk membangun citra ayah pelindung. Namun, elemen progresif muncul kuat dalam *caption* tentang pabrik, “98% karyawan di sini adalah perempuan - bukti nyata

pemberdayaan dan kesempatan kerja yang setara”, yang merepresentasikan perempuan sebagai agen ekonomi independen, termasuk difabel, dan menghubungkan ini dengan visi pembangunan. Komentar pengguna, seperti “@ambaryoe: Suka banget senyum bapak dan ibu....clessss...nomer siji pasti” dan “@lawakscience: Subhanallah putrinya pak Andika cantik banget kayak ibu Hetty”, memperkuat *framing* ini dengan menyoroti daya tarik visual dan emosional figur perempuan dalam keluarga kandidat, sementara komentar seperti “para wanita pahlawan keluarga” mengakui peran perempuan sebagai pahlawan domestik dan ekonomi. Secara keseluruhan, analisis tekstual mengungkap keseimbangan antara representasi hegemonik (domestik dan pendukung) dengan progresif (pemberdayaan kerja), yang mungkin ditargetkan untuk menarik pemilih perempuan urban dan profesional di Jawa Tengah.

Dari sisi strategi komunikasi politik, AP terlihat menggunakan pendekatan personal dan emosional sebagai strategi utama dalam membangun kedekatan dengan audiens. Konten kampanye AP banyak menampilkan interaksi keluarga, kisah kehidupan pribadi, serta momen kebersamaan dengan istri dan masyarakat, yang dibingkai dalam narasi kehangatan dan kesederhanaan. Strategi ini memperlihatkan upaya membangun citra kandidat sebagai figur pemimpin yang humanis, membumi, dan dekat dengan nilai-nilai keluarga. Pendekatan personal ini berfungsi untuk mengurangi jarak simbolik antara kandidat dan pemilih, sekaligus menciptakan rasa kedekatan emosional yang kuat.



Gambar 3.3. Tampilan kekeluargaan menimbulkan kesan keramahan

Selain itu, AP memanfaatkan strategi konsistensi visual dan naratif dengan menghadirkan figur istri secara berulang dalam berbagai konteks kampanye. Kehadiran istri tidak hanya berfungsi sebagai representasi gender, tetapi juga sebagai instrumen komunikasi politik untuk memperkuat citra stabilitas, harmoni, dan kepercayaan publik. Dalam interaksi dengan masyarakat, AP kerap menampilkan aktivitas menyapa warga, mendengarkan aspirasi, dan menghadiri kegiatan komunitas, yang memperlihatkan strategi komunikasi partisipatoris. Demikian, strategi komunikasi AP cenderung menitikberatkan pada pembentukan citra emosional dan relasional, dibandingkan dengan penyampaian pesan politik yang bersifat konfrontatif atau ideologis.

3.1.2 Subjek Hendrar Prihadi

Pada konten kampanye Hendrar Prihadi (HP), pendekatan tekstual yang digunakan cenderung lebih ringan dan personal. *Caption* yang menyebut pasangan

sebagai sosok terdekat dan sumber hiburan emosional memperlihatkan bagaimana feminitas direpresentasikan melalui afeksi dan keintiman. Perempuan diposisikan sebagai sumber kenyamanan dan kedekatan emosional yang memperhalus citra politik kandidat. Strategi ini efektif dalam membangun kedekatan dengan audiens, tetapi pada saat yang sama menegaskan kembali peran gender tradisional, di mana perempuan hadir untuk mendukung keseimbangan emosional laki-laki, bukan sebagai representasi kepemimpinan politik.



Gambar 3.4. Sosok perempuan sebagai pendamping untuk memperhalus citra

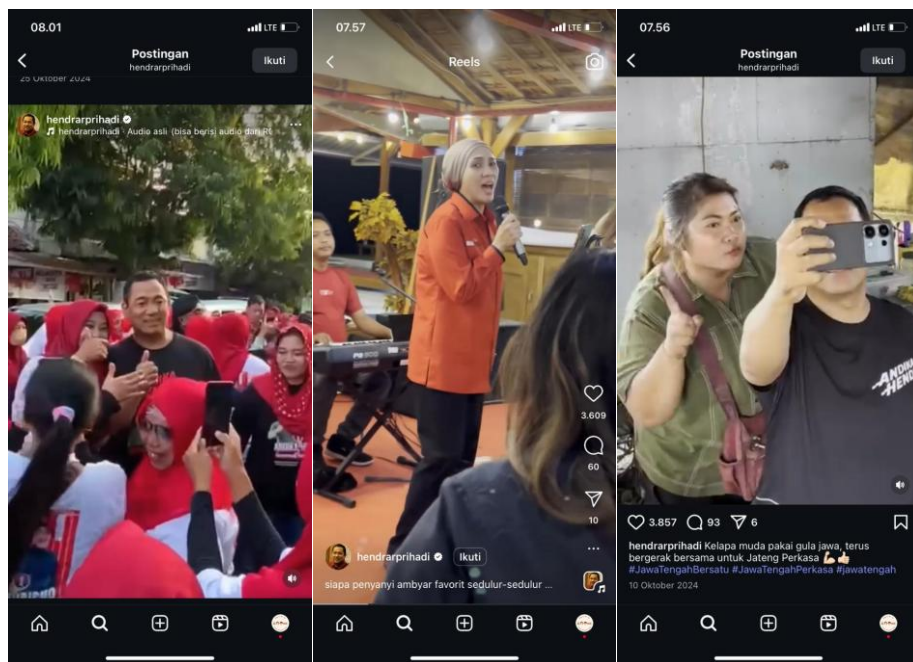
Lebih lanjut, beberapa komentar pada kolom postingan juga dapat dinilai sebagai sebuah persepsi komunitas terhadap citra yang ditampilkan oleh subjek. Dalam caption pertama, “Terima kasih atas semua dukungan yang diberikan – juga untuk yang tersayang @krisseptiana_tiahendi”, perempuan direpresentasikan sebagai sumber dukungan emosional dan pribadi, dengan penggunaan tagar dan sebutan “tersayang” yang menekankan peran domestik sebagai pendamping setia. Hal ini menciptakan narasi di mana istri bukan hanya sebagai elemen pendukung

kampanye, tetapi juga sebagai simbol kehangatan keluarga yang dapat menarik simpati pemilih. *Caption* kedua, “Siapa penyanyi ambyar favorit sedulur-sedulur? Kalua saya tetep Krisseptiana_Tiahendi paling TOP”, memperkuat representasi ini dengan membingkai istri sebagai figur hiburan dan kebanggaan pribadi, menggunakan bahasa Jawa lokal (sedulur-sedulur) untuk membangun kedekatan budaya. Secara keseluruhan, tema gender dalam dokumen ini bersifat simbolik-domestik, di mana perempuan diposisikan sebagai aksesori kampanye yang mempermanis citra kandidat laki-laki, tanpa pembahasan substansial mengenai isu pemberdayaan atau kesetaraan. Tidak ada komentar pengguna yang dicantumkan, sehingga analisis terbatas pada narasi kandidat sendiri, yang menunjukkan strategi performatif untuk membangun identitas keluarga harmonis.

Strategi komunikasi politik yang digunakan oleh HP ditandai oleh gaya komunikasi yang santai, informal, dan humoris. HP memanfaatkan bahasa sehari-hari, candaan ringan, serta referensi budaya populer untuk membangun citra kandidat yang akrab dan tidak berjarak dengan *audiens*, khususnya pemilih muda. Pendekatan ini menunjukkan strategi komunikasi yang berorientasi pada engagement, di mana konten dirancang agar mudah diterima, menghibur, dan berpotensi meningkatkan interaksi di media sosial.

HP juga mengedepankan strategi komunikasi personal dengan menampilkan kehidupan pribadi dan relasi keluarga sebagai bagian dari narasi kampanye. Cerita-cerita ringan mengenai pasangan dan kehidupan sehari-hari digunakan untuk membangun kesan autentik dan apa adanya. Dalam konteks interaksi publik, HP sering ditampilkan meladeni foto bersama, bercanda dengan

warga, dan menyapa masyarakat secara langsung. Strategi ini menempatkan HP sebagai figur pemimpin yang ramah dan mudah didekati, sehingga kampanye tidak terasa kaku atau elitis. Namun, dominasi gaya personal dan humor ini juga berimplikasi pada minimnya penekanan terhadap narasi kebijakan yang mendalam, karena fokus utama diarahkan pada pembentukan kedekatan emosional.

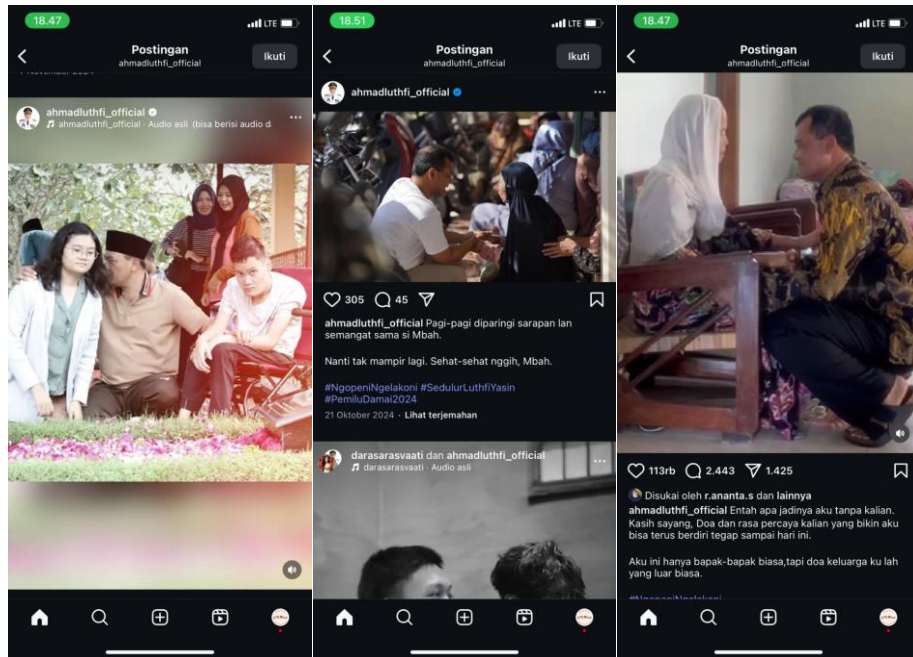


Gambar 3.5. Selipan sedikit bumbu komedi sebagai strategi pemikat pembaca

3.1.3 Subjek Ahmad Luthfi

Representasi gender yang lebih eksplisit dalam konteks kebijakan ditemukan dalam konten Ahmad Luthfi (AL). Teks-teks kampanye menyoroti isu perlindungan buruh perempuan, hak cuti hamil, penyediaan *daycare*, serta peran perempuan dalam pembangunan keluarga dan masyarakat. Secara tekstual, narasi ini menunjukkan sensitivitas gender dan kesadaran terhadap persoalan struktural yang dihadapi perempuan. Namun demikian, konstruksi bahasa yang digunakan masih bersifat proteksionis. Perempuan digambarkan sebagai kelompok rentan

yang perlu dijaga dan difasilitasi, bukan sebagai agen perubahan yang memiliki kapasitas kepemimpinan politik. Meskipun terdapat pernyataan yang menegaskan bahwa perempuan adalah “tulang punggung”, representasi tersebut belum sepenuhnya menggeser paradigma gender tradisional dalam politik elektoral.



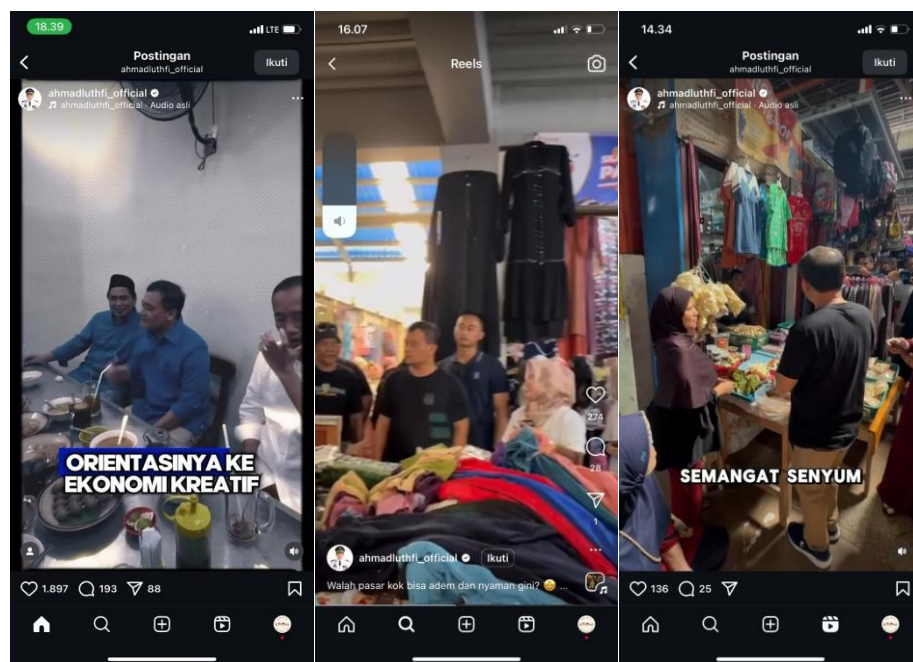
Gambar 3.6. Perempuan sebagai sosok lembut yang perlu diberikan perhatian lebih

Dalam strategi komunikasi politik, AL menampilkan pendekatan yang lebih serius dan berorientasi pada isu kebijakan, khususnya yang berkaitan dengan kesejahteraan sosial. Konten kampanye AL banyak menonjolkan narasi program kerja, perhatian terhadap kelompok pekerja, serta komitmen terhadap perlindungan sosial. Strategi ini membangun citra AL sebagai pemimpin yang tegas, peduli, dan memiliki kapasitas struktural dalam menangani persoalan masyarakat.

Dalam analisis terhadap komentar pembacanya, kolom komentar didominasi oleh narasi emosional dan pribadi tentang perempuan, sering kali terkait

dengan kenangan almarhumah istri dan ibu, yang menciptakan representasi gender berbasis kerinduan dan perlindungan. *Caption* seperti “Entah apa jadinya aku tanpa kalian. Kasih sayang, doa dan rasa percaya kalian yang bikin aku bisa terus berdiri tegap” dan “Ada masa di mana saya dan anak-anak belajar untuk ikhlas. Ibu,, Aku dan anak-anak selalu kangen. Al fatihah” membingkai perempuan sebagai sumber kekuatan spiritual dan emosional, dengan penggunaan “Al Fatihah” yang menambah dimensi religius. Tema perlindungan muncul secara eksplisit dalam isu-isu seperti “Perlindungan terhadap buruh perempuan. Bagaimana perempuan dapat cuti terkait dengan hamil” dan “*Daycare* untuk ibu-ibu pekerja”, yang merepresentasikan perempuan sebagai kelompok rentan yang memerlukan intervensi kebijakan, sekaligus sebagai “tulang punggung” masyarakat seperti dalam “Perempuan tidak hanya tulang rusuk tapi tulang punggung”. Narasi ini menunjukkan pergeseran dari representasi pasif ke aktif, terutama dalam *caption* tentang pabrik, “Saya dapat dambutan antusias dari perempuan-perempuan hebat yang bekerja di pabrik rokok... 99,4% fokus memperkerjakan perempuan dan disabilitas”, yang memuji perempuan sebagai pekerja hebat dan inklusif. Elemen komunal terlihat dalam dukungan dari kelompok seperti “JELITA jaringan perempuan Nahdliyin”, yang menekankan peran perempuan sebagai pendukung politik. Tidak ada komentar pengguna yang dicantumkan, sehingga analisis bergantung pada *caption* kandidat yang mengintegrasikan pengalaman pribadi kehilangan dengan komitmen kebijakan, menciptakan narasi autentik yang mungkin resonan dengan pemilih perempuan yang menghadapi tantangan serupa.

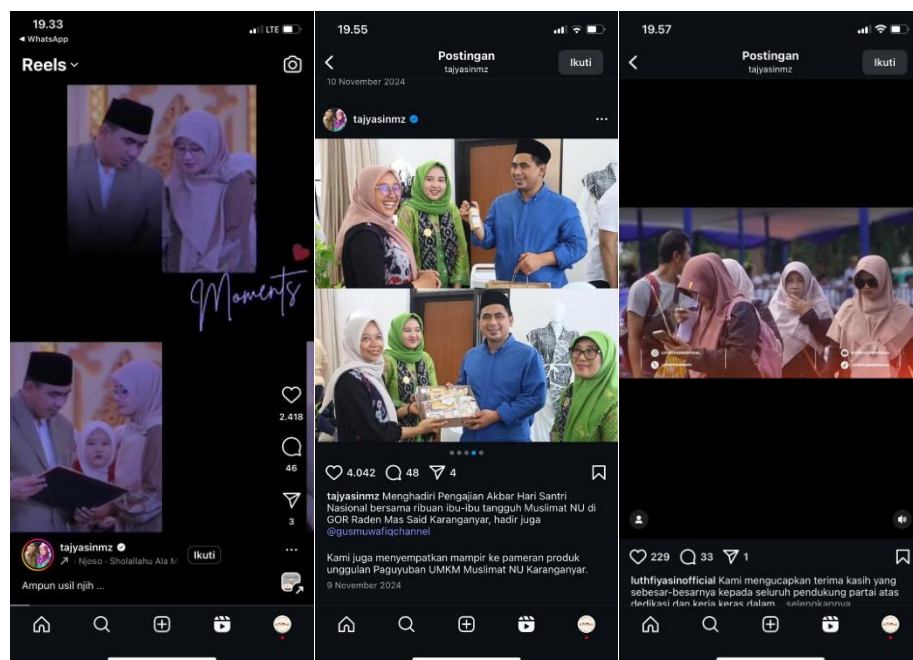
Meskipun demikian, AL juga mengombinasikan narasi kebijakan dengan pendekatan emosional melalui kisah keluarga, kehilangan, dan pengalaman personal. Strategi ini menciptakan keseimbangan antara citra pemimpin yang rasional dan figur manusiawi yang memiliki empati. Dalam interaksi dengan publik, AL sering ditampilkan mendengarkan aspirasi, berdialog dengan kelompok masyarakat, serta hadir dalam kegiatan komunitas. Pendekatan ini menunjukkan strategi komunikasi yang berusaha membangun legitimasi melalui kedekatan langsung dan kepedulian nyata, bukan sekadar simbolik. Namun, dominasi narasi protektif dan paternalistik tetap memengaruhi cara pesan politik disampaikan, termasuk dalam konteks gender.



Gambar 3.7. Sorotan yang intens terhadap hal-hal normatif seperti kebijakan dan regulasi tertentu

3.1.4 Subjek Taj Yasin

Sementara itu, konten Taj Yasin (TY) memperlihatkan representasi perempuan yang sangat erat dengan religiusitas dan legitimasi moral. Perempuan hadir melalui figur ibu nyai, Muslimat NU, dan komunitas keagamaan perempuan yang memberikan doa, restu, dan dukungan spiritual. Teks kampanye menempatkan perempuan sebagai penjaga nilai moral dan spiritual masyarakat, yang berfungsi memperkuat citra religius kandidat. Dalam konteks ini, perempuan memiliki posisi penting secara simbolik, tetapi tetap tidak tampil sebagai subjek politik yang aktif dalam pengambilan keputusan. Representasi religius ini memperkuat stereotip gender yang mengaitkan perempuan dengan kesalehan, kelembutan, dan peran domestik-komunal.



Gambar 3.8. Sosok religius serta dominasi pada gender perempuan

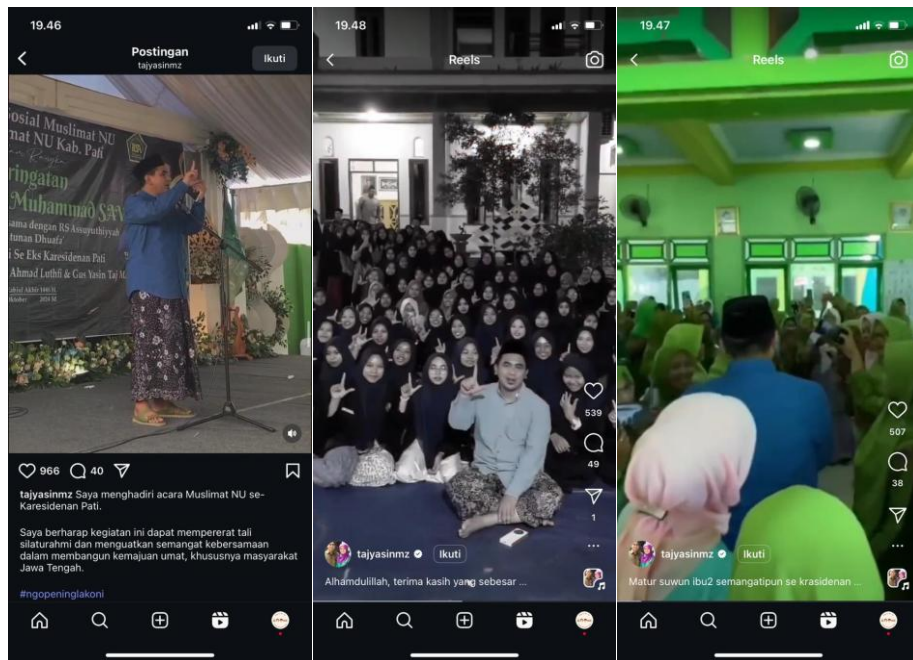
Strategi komunikasi politik TY sangat kuat dipengaruhi oleh pendekatan religius dan simbolik. Konten kampanye TY secara konsisten menampilkan

kegiatan keagamaan, interaksi dengan tokoh agama, serta partisipasi dalam komunitas religius, khususnya yang melibatkan perempuan. Strategi ini berfungsi untuk membangun legitimasi moral dan religius kandidat, sekaligus memperkuat basis dukungan dari komunitas keagamaan yang memiliki pengaruh sosial signifikan di Jawa Tengah.

Melalui analisis terhadap beberapa komentar sebagai bahan tekstual, komentar menampilkan pola yang kuat pada interaksi dengan kelompok perempuan dalam konteks religius dan komunal, dengan *caption* yang sering menggunakan bahasa Jawa dan Arab untuk menekankan nilai-nilai tradisional. Misalnya, *caption* seperti “Ngaturaken matur suwun sanget Bu Nyai dan Nawaning ingkang sampun kerso rawuh sekaligus mendoakan kami” dan “Matur suwun ibu-ibu semangatipun se-karesidenan pekalongan” merepresentasikan perempuan sebagai aktor spiritual dan pendukung komunitas, dengan sebutan “Bu Nyai” dan “ibu-ibu” yang mengaitkan mereka dengan peran keagamaan dalam Nahdlatul Ulama (NU). Ini mencerminkan *framing* gender di mana perempuan adalah pilar semangat kolektif, terutama dalam acara seperti “Pengajian Akbar Hari Santri Nasional bersama ribuan ibu-ibu tangguh Muslimat NU”. Narasi pribadi tentang istri, seperti “Di sela safari kampanye terbuka di Jepara... saya ditemani istri tercinta; Ning Nawal Nur Arafah” dan kutipan “Jadilah penguat dan penyemangat pasanganmu, bukan menjadi benalu yang hadirnya dianggap mengganggu”, menempatkan perempuan sebagai “penyemangat” dan pendamping, dengan implikasi normatif bahwa peran ideal mereka adalah mendukung tanpa mengganggu dominasi laki-laki. Tema progresif muncul secara terbatas, seperti dalam dukungan UMKM perempuan, tetapi

dominan adalah representasi simbolik-religius, di mana perempuan digambarkan sebagai “ibu-ibu tangguh” yang berkontribusi melalui doa dan kehadiran, bukan kepemimpinan independen. Dokumen ini tidak menyertakan komentar pengguna, sehingga fokus pada narasi kandidat yang mengintegrasikan gender dengan identitas keagamaan untuk memperkuat basis dukungan NU.

TY juga menerapkan strategi komunikasi kolektif dengan menonjolkan kebersamaan, doa bersama, dan dukungan komunitas sebagai elemen utama kampanye. Interaksi dengan publik tidak hanya ditampilkan sebagai aktivitas politik, tetapi sebagai bagian dari praktik keagamaan dan sosial. Pendekatan ini menciptakan citra kandidat sebagai pemimpin yang religius, santun, dan berakar pada nilai-nilai tradisional masyarakat. Namun, strategi ini juga cenderung membingkai komunikasi politik dalam kerangka normatif dan simbolik, sehingga ruang bagi diskursus kebijakan yang kritis dan egaliter menjadi relatif terbatas.



Gambar 3.9. Pola komunikasi yang menggabungkan unsur religi serta momen kebersamaan

3.1.5 Perumusan Tema dan Turunannya

Berdasarkan hasil pengodean dan pengelompokan makna pada tiap subjek, penelitian ini menghasilkan dua tema utama, yaitu Representasi Gender dan Strategi Komunikasi Politik. Tema Representasi Gender mencakup bagaimana perempuan dan laki-laki ditampilkan, dimaknai, serta ditempatkan dalam narasi kampanye. Tema representasi gender kemudian diturunkan ke dalam beberapa topik, antara lain bahasa gender, isu gender yang diangkat, keterlibatan tokoh perempuan, penggambaran maskulinitas, representasi peran gender, serta simbol gender.

Sementara itu, tema Strategi Komunikasi Politik berfokus pada cara kandidat menyampaikan pesan, membangun kedekatan dengan *audiens*, dan mengelola citra politik melalui media sosial. Tema ini mencakup topik frekuensi

dan konsistensi kampanye, gaya komunikasi, interaksi dengan publik, pesan politik, serta keterlibatan tokoh pendukung. Dari masing-masing topik tersebut, kemudian diidentifikasi subtema-subtema yang lebih spesifik, yang merepresentasikan pola makna dominan dalam konten kampanye Instagram para kandidat.

3.2 Analisis Semiotika

Analisis semiotika dalam penelitian ini digunakan untuk mengungkap makna yang tersembunyi di balik tanda-tanda visual dan verbal dalam konten kampanye Instagram para kandidat Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Tengah 2024. Pendekatan semiotika memungkinkan peneliti tidak hanya membaca apa yang ditampilkan secara eksplisit (denotasi), tetapi juga menafsirkan makna implisit (konotasi) serta ideologi yang direproduksi melalui representasi visual, bahasa, gestur tubuh, dan relasi antar subjek dalam konten kampanye. Analisis ini menempatkan media sosial sebagai media atau ruang untuk memproduksi makna yang sarat dengan nilai, kuasa, dan konstruksi sosial, terutama terkait dengan tema yang telah diidentifikasi pada bahasan sebelumnya.

3.2.1 Representasi Gender sebagai Sistem Tanda

Dalam kampanye Instagram, representasi gender bekerja sebagai sistem tanda yang kompleks. Perempuan dan laki-laki tidak hanya hadir sebagai individu, tetapi sebagai simbol yang membawa makna sosial tertentu. Secara denotatif, perempuan ditampilkan sebagai istri, ibu, pekerja, tokoh agama, atau anggota komunitas. Namun, secara konotatif, kehadiran mereka membangun makna tentang kelembutan, kesetiaan, kesalehan, dan pengabdian. Makna-makna ini kemudian beroperasi pada level mitos, di mana perempuan diposisikan sebagai penjaga

harmoni sosial dan moral, sementara laki-laki dikonstruksikan sebagai pemimpin, pelindung, dan pengambil keputusan.

Perihal di atas, kampanye Instagram tidak hanya merepresentasikan realitas sosial, tetapi juga mereproduksi ideologi gender yang telah mapan. Melalui pengulangan tanda-tanda tertentu, seperti senyum perempuan, gestur mendampingi, atau posisi tubuh yang lebih pasif. Makna tersebut dinaturalisasi dan diterima sebagai sesuatu yang “wajar” dalam politik.

3.2.2 Analisis Semiotika Subjek Andika Perkasa

Dalam konten Andika Perkasa, figur istri menjadi tanda sentral dalam sistem representasi. Secara denotatif, istri ditampilkan sebagai pendamping dalam kegiatan kampanye, kunjungan masyarakat, dan momen keluarga. Namun secara konotatif, kehadiran istri membangun makna tentang stabilitas emosional, kesuksesan domestik, dan legitimasi moral kandidat. Gestur berdampingan, senyum hangat, serta narasi dukungan menciptakan mitos bahwa keberhasilan politik laki-laki lahir dari keharmonisan keluarga yang dijaga oleh perempuan.

Relasi visual antara Andika Perkasa dan istri juga memperlihatkan hierarki simbolik. Kandidat sering ditempatkan sebagai pusat visual, sementara istri berada di sisi atau sedikit di belakang, yang secara semiotik menandakan posisi pendukung. Dalam konteks ini, perempuan tidak tampil sebagai subjek politik, melainkan sebagai tanda yang menguatkan citra kepemimpinan laki-laki. Ideologi patriarkal bekerja secara halus melalui visual yang tampak natural dan harmonis.

Selain itu, representasi buruh perempuan dalam konten Andika Perkasa menghadirkan tanda kesejahteraan dan kepedulian. Denotasinya adalah perempuan

pekerja di pabrik, tetapi konotasinya adalah figur perempuan yang rajin, tangguh, dan membutuhkan perlindungan negara. Pada level mitos, perempuan dikonstruksikan sebagai objek pembangunan, bukan agen perubahan, sehingga kandidat kembali diposisikan sebagai aktor utama yang memberi solusi.

3.2.3 Analisis Semiotika Subjek Hendrar Prihadi

Konten Hendrar Prihadi menampilkan tanda-tanda yang lebih ringan dan populer. Secara denotatif, pasangan ini ditampilkan dalam konteks humor, keakraban, dan keseharian. Namun secara konotatif, perempuan direpresentasikan sebagai sumber kenyamanan emosional dan penyeimbang psikologis kandidat. Bahasa santai dan candaan berfungsi sebagai tanda kedekatan yang membangun mitos pemimpin yang “tidak berjarak” dan mudah diterima.

Dalam analisis semiotik, humor berfungsi sebagai tanda depolitisasi. Isu politik yang kompleks direduksi menjadi relasi personal yang hangat. Perempuan dalam konten ini menjadi simbol domestikasi politik, di mana ranah publik dilembutkan melalui afeksi dan keintiman. Meskipun terlihat egaliter, relasi gender yang ditampilkan tetap menempatkan perempuan dalam posisi pendukung emosional, bukan sebagai aktor politik yang setara.

3.2.4 Analisis Semiotika Subjek Ahmad Luthfi

Pada konten Ahmad Luthfi, tanda-tanda visual dan verbal yang digunakan cenderung serius dan berorientasi kebijakan. Secara denotatif, perempuan ditampilkan sebagai buruh, ibu, dan anggota komunitas. Namun secara konotatif, mereka dimaknai sebagai kelompok rentan yang membutuhkan perlindungan

struktural. Tanda-tanda seperti narasi cuti hamil, *daycare*, dan perlindungan kerja membangun mitos negara sebagai “bapak” yang bertugas menjaga perempuan.

Gestur Ahmad Luthfi yang mendengarkan, menunduk, atau berdialog dengan perempuan mengandung makna empati, tetapi juga mempertegas relasi kuasa. Kandidat tetap menjadi subjek aktif, sementara perempuan menjadi objek kebijakan. Pernyataan bahwa perempuan adalah “tulang punggung” menghadirkan tanda progresif, namun dalam praktik visual dan narasi, makna tersebut belum sepenuhnya menggeser mitos gender tradisional.

3.2.5 Analisis Semiotika Subjek Taj Yasin

Konten Taj Yasin sangat kaya akan simbol religius. Secara denotatif, perempuan hadir sebagai ibu nyai, anggota Muslimat NU, dan jamaah. Namun secara konotatif, mereka menjadi tanda kesalehan, keberkahan, dan legitimasi spiritual. Doa, ziarah, dan pengajian berfungsi sebagai tanda yang mengaitkan kekuasaan politik dengan restu agama. Pada level mitos, perempuan dikonstruksikan sebagai penjaga moral dan spiritual masyarakat. Kehadiran mereka menandakan bahwa kandidat berada dalam jalur kebenaran dan nilai agama. Namun, posisi perempuan tetap simbolik dan komunal, bukan politis. Relasi ini memperkuat ideologi gender religius yang menempatkan perempuan sebagai penjaga nilai, sementara laki-laki sebagai pemimpin duniawi.

3.2.6 Semiotika Pasangan Calon Gubernur Andika – Hendrar



Gambar 3.10. Calon gubernur dan wakil gubernur tampil berbarengan

Pada gambar unggahan Instagram Andika Perkasa yang menampilkan dirinya bersama Hendrar Prihadi di dalam gerbong kereta, terdapat sejumlah tanda visual yang secara semiotik membangun makna kepemimpinan, maskulinitas, dan relasi kuasa politik. Secara denotatif, kedua tokoh berdiri berdampingan di dalam kereta, masing-masing memegang gantungan tangan dengan satu tangan dan menunjukkan gestur jempol dengan tangan lainnya. Keduanya mengenakan pakaian kasual kemeja lengan pendek dan celana panjang yang merepresentasikan situasi informal dalam ruang publik.

Pada tingkat konotatif, posisi berdiri tegak, gestur jempol, dan senyum lebar menandakan kepercayaan diri, optimisme, serta kesiapan. Gestur mengangkat tangan yang memegang gantungan kereta mengandung makna simbolik “berdiri bersama” dan “siap berjalan”, yang dalam konteks politik dapat ditafsirkan sebagai kesiapan menghadapi kontestasi dan komitmen kolektif. Kereta sebagai latar visual

juga berfungsi sebagai tanda mobilitas, modernitas, dan kedekatan dengan masyarakat urban, khususnya pengguna transportasi publik. Hal ini mengonstruksi citra kandidat sebagai pemimpin yang membumi, merakyat, dan tidak berjarak dengan kehidupan sehari-hari warga.

Gestur jempol yang ditampilkan secara bersamaan oleh kedua tokoh memperkuat makna persetujuan, kekompakan, dan kesepakatan politik. Dalam semiotika politik, gestur ini sering dimaknai sebagai tanda afirmasi dan legitimasi, yang menandakan bahwa pasangan tersebut berada dalam satu visi dan arah perjuangan. Kehadiran dua figur laki-laki dalam satu bingkai visual, tanpa kehadiran perempuan, secara implisit menegaskan dominasi maskulinitas dalam ruang politik formal. Maskulinitas yang ditampilkan bersifat kolektif dan kooperatif, bukan konfrontatif, sehingga membangun citra kepemimpinan yang stabil dan rasional.

Pada level mitos atau ideologi, gambar ini mereproduksi narasi kepemimpinan maskulin modern, di mana pemimpin laki-laki digambarkan aktif, bergerak, dan menguasai ruang publik. Absennya figur perempuan dalam visual ini memperlihatkan pemisahan simbolik antara ranah politik-strategis (yang didominasi laki-laki) dan ranah domestik atau emosional (yang dalam konten lain diwakili oleh perempuan). Selain itu, pemilihan ruang kereta sebagai latar juga dapat dimaknai sebagai upaya membangun mitos kesederhanaan dan kerja nyata. Kandidat tidak ditampilkan dalam ruang formal kekuasaan, melainkan dalam ruang transit yang digunakan masyarakat luas. Hal ini memperkuat citra populis dan mengaburkan jarak antara elite politik dan rakyat. Namun, pada saat yang sama,

kekuasaan simbolik tetap berada di tangan kandidat laki-laki, yang tampil dominan melalui gestur tubuh dan kontrol visual dalam bingkai foto.

3.2.7 Semiotika Pasangan Calon Gubernur Lutfi – Yasin



Gambar 3.11. Pasangan calon gubernur dan wakil gubernur dalam kampanye akbar

Secara denotatif, kedua tokoh berdiri di atas panggung menghadap massa pendukung. Ahmad Luthfi tampak memegang mikrofon sambil mengangkat satu tangan ke atas, sedangkan Taj Yasin berdiri di sampingnya dengan gestur ekspresif dan partisipatif. Kehadiran atribut kampanye, bendera, serta kerumunan massa menandai situasi kampanye akbar pada fase akhir kontestasi.

Pada tingkat konotatif, gestur mengangkat tangan yang dilakukan Ahmad Luthfi berfungsi sebagai tanda komando, seruan, dan klaim kepemimpinan. Mikrofon menjadi simbol otoritas wacana, menandakan bahwa kandidat berada pada posisi subjek aktif yang mengarahkan narasi politik. Sementara itu, gestur Taj Yasin yang turut mengangkat tangan dan bersuara membangun makna kebersamaan dan dukungan timbal balik. Relasi visual ini mengonstruksikan pasangan sebagai

satu kesatuan politik yang solid, di mana peran gubernur dan wakil gubernur ditampilkan saling melengkapi dalam mobilisasi massa.

Latar massa yang padat dan responsif berfungsi sebagai tanda legitimasi sosial. Kerumunan tidak hanya menjadi penonton, tetapi juga simbol dukungan kolektif yang memperkuat citra elektabilitas pasangan. Dalam semiotika politik, kehadiran massa sering dimaknai sebagai bukti “kehendak rakyat”, sehingga visual ini membangun narasi bahwa kekuasaan pasangan Luthfi–Yasin berakar pada dukungan publik yang luas. Posisi panggung yang lebih tinggi juga mempertegas relasi hierarkis antara kandidat dan pendukung, di mana kandidat tampil dominan dalam menguasai ruang dan perhatian visual.

Pada level mitos atau ideologi, gambar ini mereproduksi narasi kepemimpinan maskulin-religius-populis. Maskulinitas diekspresikan melalui gestur tegas, suara lantang, dan penguasaan ruang publik, sementara religiusitas direpresentasikan melalui figur Taj Yasin yang selama ini dilekatkan dengan simbol moral dan spiritual. Kombinasi ini membangun mitos pemimpin yang kuat secara struktural sekaligus memperoleh legitimasi etis dan kultural. Tidak hadirnya figur perempuan dalam visual ini kembali menegaskan bahwa ruang kampanye akbar dan mobilisasi politik massal direpresentasikan sebagai ranah politik-strategis yang didominasi laki-laki. Dengan demikian, meskipun citra yang dibangun bersifat kolektif dan populis, kekuasaan simbolik tetap berpusat pada figur kandidat laki-laki sebagai aktor utama dalam arena politik.

3.3 Analisis Struktural

3.3.1 Analisis Kode

Tabel 3.1. Matriks pengembangan kode

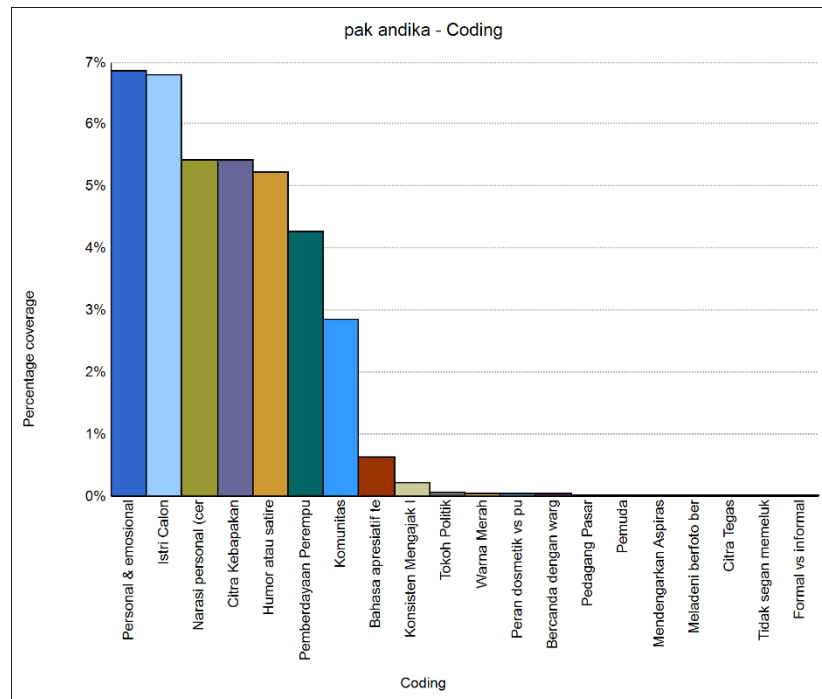
Te ma	Topik	Subtema	Refere nsi Subjek	Frekue nsi Kode	Andi ka Perka sa	Hendr ar Priha di	Ahm ad Luthf i	Taj Yasi n
Representasi Gender-			-	-	-	-	-	-
-	Bahasa Gender	-	-	-	-	-	-	-
-	-	Bahasa apresiatif terhadap perempuan	4	8	1	4	2	1
-	-	Penggunaa n bahasa inklusif	1	1	0	0	0	1
-	Isu Gender yang Diangkat	-	-	-	-	-	-	-
-	-	Pemberday aan Perempuan	2	6	4	0	2	0
-	-	Perlindung an anak dan ibu	1	4	0	0	4	0
-	Keterlibata n Tokoh Perempu	-	-	-	-	-	-	-
-	-	Ibu	1	4	0	0	4	0
-	-	<i>Influencer</i>	1	7	0	0	7	0
-	-	Istri Calon	4	28	5	14	6	3
-	-	Pedagang Pasar	2	5	2	0	3	0
-	-	Perempuan Komunitas Keagamaa n	2	16	0	0	13	3
-	Penggamb aran Maskulinit as	-	-	-	-	-	-	-
-	-	Citra Kebapakan	4	11	5	1	4	1
-	-	Citra Tegas	1	1	1	0	0	0

Te ma	Topik	Subtema	Refere nsi Subjek	Frekue nsi Kode	Andi ka Perka sa	Hendr ar Priha di	Ahm ad Luthf i	Taj Yasi n
-	Representasi Peran Gender	-	-	-	-	-	-	-
-	-	Peran dosmetik vs publik	2	3	1	0	2	0
-	Simbol Gender	-	-	-	-	-	-	-
-	-	Warna Biru	2	4	0	0	3	1
-	-	Warna Merah	2	3	2	1	0	0
-	-	Warna Putih	1	1	0	1	0	0
Strategi Komunikasi Politik			-	-	-	-	-	-
-	Frekuensi & Konsistensi	-	-	-	-	-	-	-
-	-	Konsisten Mengajak Istri	2	10	3	7	0	0
-	Gaya Komunikasi	-	-	-	-	-	-	-
-	-	<i>Formal vs informal</i>	2	3	1	0	2	0
-	-	Humor atau satire	2	12	6	0	6	0
-	-	Personal & emosional	3	10	4	0	2	4
-	-	Religius	2	5	0	0	3	2
-	Interaksi Dengan Publik	-	-	-	-	-	-	-
-	-	Bercanda dengan warga	1	2	2	0	0	0
-	-	Meladeni berfoto bersama	4	5	1	1	2	1
-	-	Memberikan semangat dan dukungan	1	2	0	0	2	0
-	-	Membuat konten	1	1	1	0	0	0

Te ma	Topik	Subtema	Refere nsi Subjek	Frekue nsi Kode	Andi ka Perka sa	Hendr ar Priha di	Ahm ad Luthf i	Taj Yasi n
		yang melibatkan publik						
-	-	Mendengar kan Aspirasi	3	10	1	1	8	0
-	-	Menghadir i pernikahan	1	1	1	0	0	0
-	-	Menyapa warga	2	4	3	1	0	0
-	-	Senam Bersama	1	1	0	1	0	0
-	-	Tidak Segan Memeluk Warga	1	1	1	0	0	0
-	Pesan Politik	-	-	-	-	-	-	-
-	-	Narasi ideologis (nilai, agama, nasionalis me, dll)	1	4	0	0	0	4
-	-	Narasi kebijakan (program kerja, visi- misi)	2	6	0	0	2	4
-	-	Narasi personal (cerita kehidupan, keluarga, dll)	3	11	5	0	5	1
-	Tokoh Pendukung	-	-	-	-	-	-	-
-	-	Komunitas	4	13	7	1	2	2
-	-	pemuda	2	2	1	1	0	0
-	-	Tokoh Agama	1	3	0	0	0	3
-	-	Tokoh Politik	3	6	1	1	4	0

3.3.2. Analisis Frekuensi Kode Tiap Subjek

a. Subjek Andika Perkasa



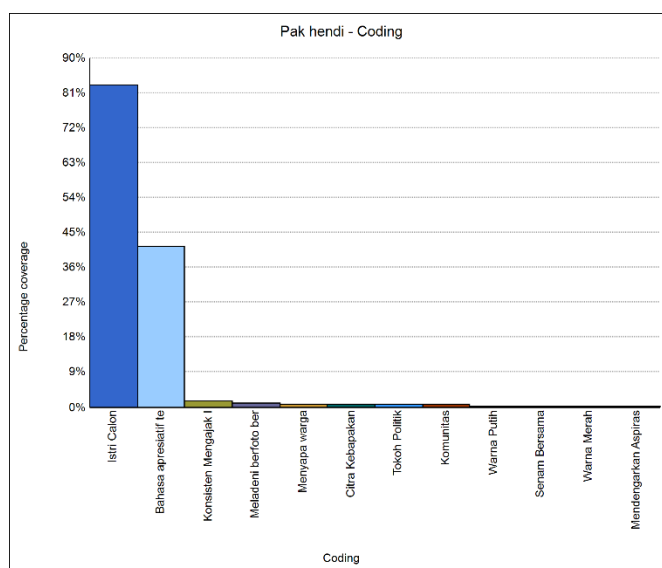
Gambar 3.12. Persentase kode subjek Andika Perkasa

Hasil coding NVivo pada konten Andika Perkasa menunjukkan dominasi yang jelas pada kategori personal dan emosional, kehadiran istri calon, serta narasi personal. Distribusi ini memperlihatkan bahwa kampanye Andika Perkasa secara konsisten membangun citra politik melalui relasi keluarga dan pengalaman personal sebagai fondasi utama komunikasi. Istri calon menjadi figur sentral dalam narasi kampanye, berfungsi sebagai simbol stabilitas, dukungan emosional, dan legitimasi moral kandidat. Pola ini menegaskan bahwa representasi gender dalam kampanye Andika Perkasa sangat terikat pada peran domestik dan relasional perempuan.

Citra kebapakan dan humor atau satire juga muncul dengan intensitas menengah, yang memperkuat kesan kandidat sebagai figur pemimpin yang hangat,

bersahabat, dan mudah diterima. Sementara itu, kemunculan kategori pemberdayaan perempuan dan komunitas menunjukkan adanya upaya untuk mengaitkan kampanye dengan isu sosial, meskipun porsinya masih berada di bawah narasi keluarga dan emosi. Rendahnya kemunculan kategori seperti tokoh politik, warna simbolik, interaksi publik yang aktif, serta narasi kebijakan mengindikasikan bahwa kampanye Andika Perkasa lebih menekankan aspek citra dan afeksi dibandingkan artikulasi programatik. Strategi ini menunjukkan kecenderungan komunikasi politik yang berorientasi pada penciptaan rasa aman dan kedekatan, bukan pada debat kebijakan atau ideologi.

b. Subjek Hendrar Prihadi



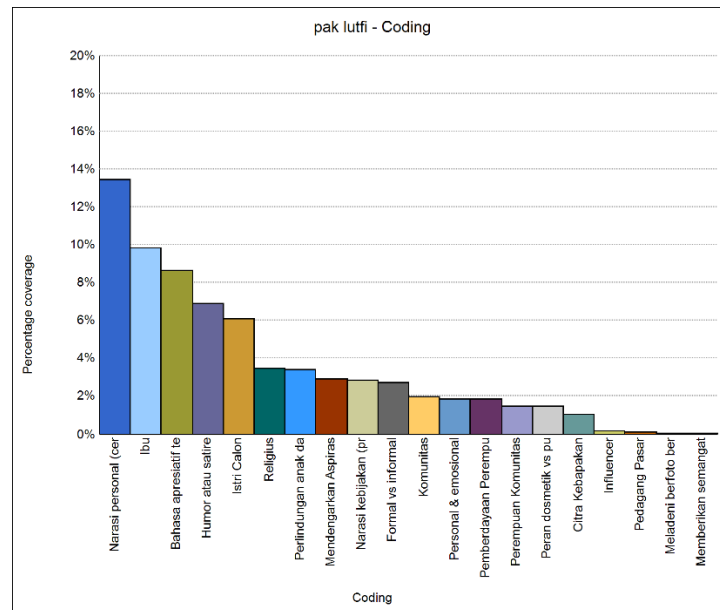
Gambar 3.13. Persentase kode subjek Hendrar Prihadi

Berbeda secara mencolok dari subjek lain, hasil coding NVivo pada konten Hendrar Prihadi menunjukkan dominasi yang sangat tinggi pada kategori kehadiran istri calon dan bahasa apresiatif terhadap perempuan, sementara kategori lain muncul dalam intensitas yang sangat rendah. Pola ini mengindikasikan bahwa

kampanye Hendrar Prihadi sangat terfokus dan terpusat pada satu strategi komunikasi utama, yakni eksploitasi simbolik relasi pasangan sebagai modal elektoral. Istri calon tidak hanya hadir sebagai pendamping, tetapi menjadi poros utama representasi kampanye, yang menyerap hampir seluruh ruang narasi dan visual.

Bahasa apresiatif terhadap perempuan berfungsi untuk memperkuat citra kehangatan, romantisasi relasi, dan kesan kandidat yang menghargai perempuan. Namun, minimnya kemunculan kategori lain seperti narasi kebijakan, komunitas, tokoh agama, interaksi publik, maupun pesan ideologis menunjukkan keterbatasan spektrum komunikasi politik yang digunakan. Kampanye menjadi sangat personal dan privat, sehingga ruang diskursus publik, kebijakan, dan isu struktural relatif terpinggirkan. Secara analitis, pola ini memperlihatkan strategi komunikasi yang sangat efektif dalam membangun kedekatan emosional, tetapi berisiko menyederhanakan politik menjadi representasi relasi personal semata.

c. Subjek Ahmad Luthfi



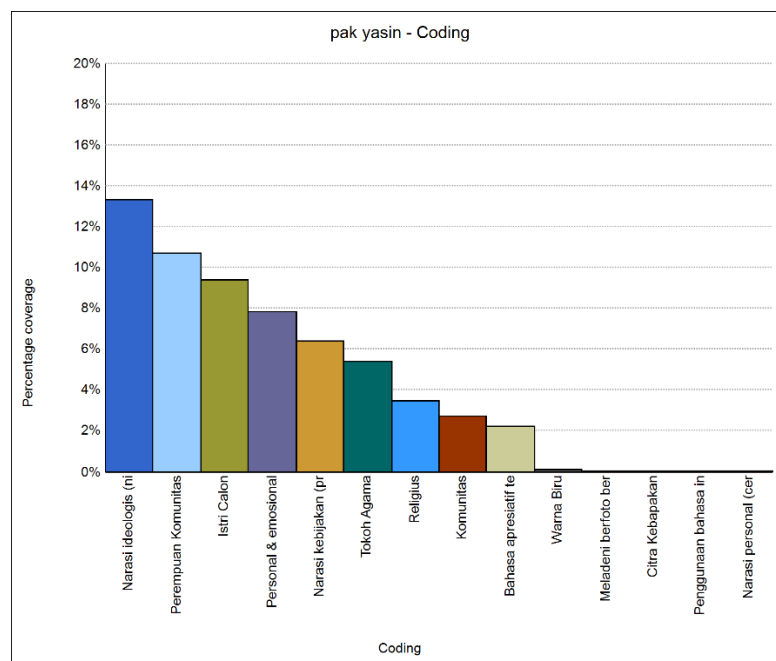
Gambar 3.14. Persentase kode subjek Ahmad Luthfi

Hasil coding NVivo pada konten kampanye Ahmad Luthfi memperlihatkan distribusi tema yang relatif beragam dan seimbang dibandingkan subjek lain, dengan dominasi pada kategori narasi personal dan emosional, kehadiran istri calon, serta bahasa apresiatif terhadap perempuan. Pola ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi Ahmad Luthfi tidak bertumpu pada satu jenis pesan tunggal, melainkan mengombinasikan dimensi afektif, relasional, dan simbolik secara simultan. Tingginya kemunculan narasi personal dan emosional menandakan bahwa pendekatan kampanye difokuskan pada penciptaan kedekatan psikologis dengan audiens, di mana pengalaman hidup, relasi keluarga, dan ekspresi empati menjadi medium utama untuk membangun kepercayaan publik.

Kehadiran kode citra kebabakan dan humor atau satire yang cukup signifikan menunjukkan bahwa maskulinitas yang dibangun Ahmad Luthfi cenderung bersifat hangat dan protektif, bukan otoritatif atau konfrontatif. Citra kebabakan berfungsi sebagai simbol kepemimpinan yang mengayomi, sementara

humor digunakan untuk mereduksi jarak antara kandidat dan masyarakat. Pada saat yang sama, kemunculan kategori pemberdayaan perempuan dan komunitas mengindikasikan adanya upaya untuk menampilkan kepedulian sosial dan inklusivitas, meskipun intensitasnya masih berada di bawah narasi personal dan relasi keluarga. Absennya atau rendahnya kemunculan kategori seperti citra tegas, formalitas, dan interaksi konflik menunjukkan bahwa kampanye Ahmad Luthfi secara sadar menghindari gaya komunikasi yang kaku dan berjarak, serta lebih memilih pendekatan emosional yang aman secara elektoral.

d. Subjek Taj Yasin



Gambar 3.15. Persentase kode subjek Taj Yasin

Distribusi coding NVivo pada konten Taj Yasin menunjukkan dominasi pada kategori narasi ideologis, keterlibatan perempuan komunitas, kehadiran istri calon, serta personal dan emosional. Pola ini menegaskan bahwa kampanye Taj Yasin sangat bertumpu pada basis nilai dan legitimasi ideologis, khususnya yang

bersumber dari agama dan komunitas keagamaan. Narasi ideologis menjadi poros utama komunikasi politik, yang membingkai kandidat sebagai figur religius, bermoral, dan berada dalam jalur nilai yang benar menurut norma sosial masyarakat Jawa Tengah.

Tingginya keterlibatan perempuan komunitas dan tokoh agama menunjukkan bahwa perempuan direpresentasikan terutama sebagai entitas kolektif religius, bukan sebagai individu dengan agensi politik personal. Perempuan hadir sebagai simbol dukungan moral dan spiritual yang memperkuat legitimasi kandidat, bukan sebagai aktor kebijakan atau subjek kepemimpinan. Narasi personal dan emosional berfungsi sebagai pengikat afektif yang melengkapi pesan ideologis, sehingga kampanye tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga menyentuh ranah emosional audiens. Sebaliknya, rendahnya kemunculan kategori seperti bahasa apresiatif, warna simbolik, citra kebapakan, dan interaksi informal menunjukkan bahwa strategi komunikasi Taj Yasin cenderung serius, normatif, dan berbasis otoritas nilai, bukan kedekatan keseharian atau hiburan politik.