

ANALISIS ISI KUANTITATIF GAYA KOMUNIKASI GUBERNUR JAWA TENGAH GANJAR PRANOWO MELALUI TIKTOK @GANJARPRANOWOFC

Maya Aryani Fadhila¹, Riski Damastuti²

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom Yogyakarta

Email: maya.fadhila@students.amikom.ac.id

ABSTRAK

Gaya komunikasi adalah suatu perilaku yang ada pada masing-masing pribadi untuk menyampaikan suatu informasi dalam suatu situasi tertentu. Dengan begitu, setiap individu memiliki gaya komunikasi yang berbeda-beda untuk menyampaikan informasinya kepada khalayak umum. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana gaya komunikasi Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo melalui TikTok @ganjarpranowofc. Dalam penelitian ini menggunakan tiga kategori meliputi : gaya komunikasi pasif, gaya komunikasi asertif dan gaya komunikasi agresif. Jenis penelitian ini adalah penelitian analisis isi kuantitatif. Penelitian ini mengambil total unggahan video yang berjumlah 322 video dari bulan Mei sampai Oktober. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kategori yang memiliki frekuensi tertinggi yaitu kategori gaya komunikasi agresif yang paling dominan adalah memotong pembicaraan sebanyak 309 kali. Namun, di sisi lain Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo menggunakan gaya komunikasi pasif dan asertif. Gaya komunikasi pasif yang dominan ialah kategori ramah dengan jumlah frekuensi sebanyak 278 kali. Sedangkan gaya komunikasi asertif yang paling dominan ialah percaya diri dengan jumlah frekuensi sebanyak 280 kali.

Kata Kunci: Gaya Komunikasi, Analisis Isi Kuantitatif, TikTok, Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Praowo

QUANTITATIVE CONTENT ANALYSIS OF COMMUNICATION STYLES GOVERNOR OF CENTRAL JAVA GANJAR PRANOWO THROUGH TIKTOK @GANJARPRANOWOFC

ABSTRACT

Communication style is a behavior that exists in each individual to convey information in a particular situation. That way, each individual has a different style of communication to convey information to the general public. Therefore, the purpose of this study is to find out how the communication style of the Governor of Central Java, Ganjar Pranowo, is via TikTok @ganjarpranowofc. In this study using three categories include: passive communication style, assertive communication style and aggressive communication style. This type of research is quantitative content analysis research. This research took a total of 322 video uploads from May to October. The results of the study can be concluded that the category that has the highest frequency, namely the aggressive communication style category, which is the most dominant, is cutting off 309 times. However, on the other hand the Governor of Central Java, Ganjar Pranowo, uses a passive and assertive communication style. The dominant passive communication style is the friendly category with a total frequency of 278 times. While the most dominant assertive communication style is confident with a total frequency of 280 times.

Keywords: Communication Style, Quantitative Content Analysis, TikTok, Governor of Central Java, Ganjar Praowo

Korespondensi: Maya Aryani Fadhila. Universitas Amikom Yogyakarta. Jl. Ring Road Utara, Ngringin, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. 55283. **081228529123**, **WhatsApp: 081228529123**
Email: maya.fadhila@students.amikom.ac.id

PENDAHULUAN

Steward L. Tubbs dan Selvia Moss menjelaskan bahwa gaya komunikasi merupakan suatu perilaku yang ada dalam diri pribadi masing-masing digunakan pada suatu situasi tertentu (Ruliana, 2014). Setiap individu memiliki gaya komunikasi yang berbeda-beda dalam menyampaikan informasi. Adanya gaya komunikasi yang melekat pada seseorang akan menjadi identitas diri agar dapat membedakan gaya komunikasi yang dimiliki oleh orang lain (Tutik Sulistyowati, 2019). Dengan begitu, setiap individu memiliki ciri khasnya masing-masing untuk menyampaikan informasi kepada khalayak agar mendapatkan respon atau tanggapan pada suatu situasi tertentu.

Gaya komunikasi akan membawa kepribadian seseorang dalam menjelaskan dan menyampaikan suatu informasi dengan tepat. Setiap individu memiliki gaya komunikasi yang berbeda, terdapat seseorang yang menggunakan gaya komunikasi formal, kasual atau santai. Penggunaan gaya komunikasi tergantung dengan situasi yang sedang dihadapi. Seorang pembicara atau komunikator akan menyesuaikan situasi yang dihadapi serta menggunakan gaya komunikasi yang berbeda ketika merasakan gembira, sedih, marah, bosan dan tertarik.

Gaya komunikasi dapat menciptakan atau membentuk citra diri seseorang (Nur Asiah, 2021). Citra diri menjadi salah satu penilaian pribadi yang diekspresikan kedalam sikap-sikap yang dimiliki oleh setiap individu (Wijanarko, 2017). Untuk mendapatkan citra diri yang baik tidaklah mudah. Citra tersebut akan muncul pada saat seseorang berbaaur dengan lingkungan masyarakat dan citra tersebut tidak dapat dipaksakan.

Gaya komunikasi selain dapat dilihat dari komunikasi verbal dan komunikasi non verbal juga dapat dilihat dari beberapa konteks yaitu, kondisi fisik, peran, konteks histori, kronologi, bahasa, hubungan, dan kendala (Saphiere, 2005). Beberapa konteks tersebut, akan memudahkan seseorang berinteraksi dengan orang lain agar informasi-informasi yang disampaikan dan dijelaskan oleh seorang komunikator dapat dipahami oleh komunikan dengan jelas.

Gaya komunikasi akan membentuk citra diri setiap individu dengan ciri khasnya untuk menarik para khalayak. Apabila memiliki ciri khasnya, seorang pemimpin akan mempermudah proses kampanye untuk menarik perhatian masyarakat (Joan Aryansyah, 2019). Melalui kegiatan kampanye seorang pemimpin akan membentuk identitas diri sebagai branding diri dengan baik.

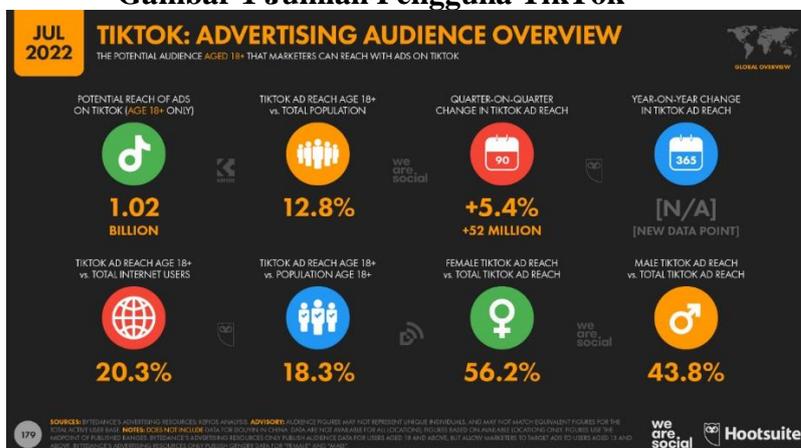
Perkembangan teknologi digital saat ini bertujuan membawa perubahan pada bidang komunikasi untuk mendukung pesatnya kemajuan internet. Penggunaan internet dalam kehidupan sehari-hari bagi setiap individu dapat mempermudah pekerjaan untuk menjangkau informasi secara aktual dan cepat. Salah satu bagian dari media digital yaitu media sosial (Mayfield, 2008). Adanya dukungan dari internet dapat

melahirkan new media yaitu TikTok. Media sosial kerap dimanfaatkan sebagai salah satu media yang digunakan untuk memimpin dalam perubahan struktur komunikasi massa ke era komunikasi digital yang interaktif (Khang & Ye, 2012).

Media sosial selain digunakan sebagai alat untuk komunikasi dan interaksi, juga digunakan sebagai alat ekspresi diri dan pencitraan diri (Andreas et al, 2010). Selain itu, adanya media sosial dapat memberikan hiburan setiap masing-masing individu. Disisi lain, media sosial dapat memberikan suatu bentuk informasi mengenai kampanye untuk menarik para khalayak. Di negara Indonesia, media sosial yang paling sering digunakan yaitu TikTok. Berdasarkan data yang diperoleh dengan *update* terbaru di bulan Oktober 2022, menurut *Hootsuite* tercatat pengguna media sosial TikTok sebanyak 1.000 pengguna. Menurut *Hootsuite* waktu yang paling sering digunakan oleh TikTok selama 23,6 jam per bulan.

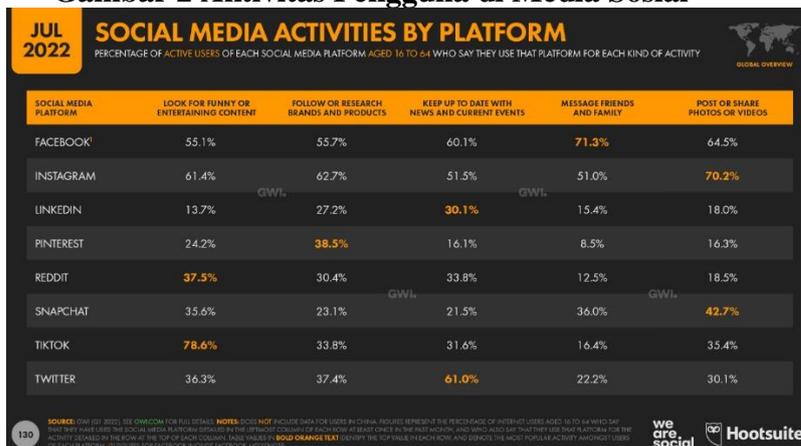
Topik yang akan dibahas oleh peneliti yaitu dengan melihat bagaimana gaya komunikasi Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo melalui TikTok @ganjarpranowofc. Media sosial TikTok menjadi salah satu platform yang banyak disukai oleh anak milenial sebagai hiburan maupun digunakan sebagai tempat jual beli.

Gambar 1 Jumlah Pengguna TikTok



Sumber: <https://www.hootsuite.com/>

Gambar 2 Aktivitas Pengguna di Media Sosial



Sumber: <https://www.hootsuite.com/>

Berdasarkan data di atas menurut *Hootsuite*, generasi milenial yang berumur 18 tahun ke atas sebesar 20,3%. Data sebagai aktivitas media sosial TikTok yang digunakan sebagai hiburan dan akses jual beli sebesar 78,6%. Kesimpulannya bahwa pengguna tertinggi ialah generasi milenial yang berumur 18 ke atas serta menduduki jumlah aktivitas tertinggi.

TikTok Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo digunakan untuk ajang penyampaian informasi sekaligus untuk membentuk citra dirinya (Indah Suryawati, 2021). TikTok ganjarpranowofc memperoleh nilai engagement rate 5,68% diambil dari web hypeauditor.com sedangkan, 6,52% diperoleh dari web inbeat.co. Dengan demikian, akun TikTok ganjarpranowofc dapat ditindaklanjuti untuk melakukan penelitian. Dengan adanya akun media TikTok ganjarpranowofc, masyarakat akan lebih banyak mengetahui informasi-informasi terbaru atau masalah yang sedang terjadi di lingkungan masyarakat khususnya di Provinsi Jawa Tengah.

Pada akun media TikTok ganjarpranowofc terdapat 1121 video dari keseluruhan jumlah unggahan video yang dipublikasikan. Akan tetapi, peneliti akan melakukan penelitian dari unggahan video tersebut dimulai pada bulan Mei sampai Oktober dikarenakan pada bulan Mei terdapat isu bahwa Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo mendapatkan dukungan dari Presiden Republik Indonesia Jokowi untuk mencalonkan dirinya sebagai pilpres 2024.

Dalam penelitian ini, Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo menggunakan bahasanya untuk menyampaikan sebuah informasi ke semua masyarakat yang mana bahasa tersebut dilakukan secara apa adanya. Selain itu, Ganjar Pranowo dikenal dengan seseorang yang menyukai candaan. Dari hal tersebut, akan memunculkan banyak pandangan dari masyarakat bahwa seorang pemimpin tidak harus terlihat berwibawa (Achmad Haikal et al, 2022). Maka dari itu, peneliti akan melihat bagaimana gaya komunikasi yang digunakan oleh Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo.

Dalam berita Kabar Petang Pilihan yang terdapat pada siaran televisi tvOne dengan judul besarnya adalah “Presiden Jokowi Dukung Ganjar?”. Berita tersebut membahas bahwa presiden menyampaikan terkait hal politik untuk tidak tergesa-gesa. Kemudian calon presiden yang didukung oleh Presiden Jokowi menghadiri acara projo di Magelang, Jawa Tengah. Dengan adanya berita tersebut Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo didukung dengan kuat oleh Presiden Jokowi untuk mengajukan dirinya dalam pilpres tahun 2024. Maka dari itu, peneliti mengambil judul penelitian “Analisis Isi Kuantitatif Gaya Komunikasi Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo Melalui TikTok @ganjarpranowofc”. Berdasarkan latar belakang tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gaya komunikasi yang digunakan oleh Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo melalui TikTok @ganjarpranowofc.

Tinjauan Pustaka

Penelitian ini akan membahas tentang gaya komunikasi dengan menggunakan kategori dan tokoh politik yang berbeda serta hasil temuannya berbeda. Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang juga akan

membahas terkait tema yang sama dengan penelitian ini. Beberapa penelitian akan diulas dan dijadikan sebagai pedoman atau acuan penyelesaian penelitian ini.

Penelitian yang dilakukan oleh (Hendro Agus Prakoso, 2015) dengan judul Personal Branding Prabowo Subianto (Analisis Isi Kuantitatif Personal Branding Prabowo Subianto di Situs Berita Online Republika.co.id dan Tempo.co.id Tanggal 9 Juni – 9 Juli 2014). Penelitian ini akan meneliti tentang adanya perbedaan atau tidak mengenai *personal branding* Prabowo Subianto yang ada pada Republika.co.id dan Tempo.co.id. penelitian ini dapat dijadikan acuan peneliti pada saat penulisan yang juga menggunakan metode analisis isi kuantitatif. Dengan begitu, penelitian ini melakukan pengumpulan data dengan cara mencatat, menyeleksi dan mengkode data yang dibutuhkan sesuai dengan tujuan dari penelitian tersebut. Selain itu, jumlah data yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebesar 107 dari Republika.co.id dan 51 berita dari Tempo.co.id.

Penelitian kedua ini dilakukan oleh (Patricia Syanne, 2016) dengan judul Gaya Komunikasi Gubernur DKI Jakarta terhadap Pembentukan Citra dalam Persepsi Pekerja Media Massa (Studi Kasus pada Basuki Tjahaja Purnama (Ahok)). Hasil penelitian ini melihat bagaimana perilaku verbal dan nonverbal Basuki Tjahaja Purnama serta mengetahui bagaimana citra Basuki Tjahaja Purnama sebagai Gubernur DKI Jakarta yang terbentuk dari persepsi pekerja media massa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, hasilnya membuktikan bahwa gaya komunikasi Basuki Tjahaja Purnama yaitu gaya komunikasi kontroversial yang mana gaya komunikasi tersebut seseorang selalu melakukan komunikasi secara argumentatif atau menantang orang lain. Dengan begitu, gaya komunikasi yang digunakan Basuki Tjahaja akan membentuk persepsi masyarakat dan memiliki citra positif serta langsung dapat dijadikan nomor satu orang di Jakarta.

Penelitian ketiga ini dilakukan oleh (Ester Priscilla Lady & Lamria Raya Fitriyani, 2021) dengan judul Komunikasi Ps. Christofer Tapiheru dalam Membentuk Personal Branding. Dalam penelitian ini melihat bahwa bagaimana gaya komunikasi Christofer Tapiheru dalam membentuk *personal branding*. Data dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan melakukan wawancara. Penelitian ini melihat sosok seorang pendeta yang menampilkan dirinya apa adanya. Dengan begitu, penelitian ini menarik dilakukan untuk melihat gaya komunikasi yang digunakan dan *personal branding* yang terbentuk dari gaya komunikasi tersebut.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Deska Dera Aisah & Yuliana Riana Prasetyawati, 2018) dengan judul Pengaruh Konten dan Gaya Komunikasi di Platform Konsultasi Berbasis Online @ibunda_id Terhadap Brand Awareness. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara konten dan gaya komunikasi di media sosial Instagram @ibunda_id terhadap *brand awareness* @ibunda_id. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden pengguna layanan ibunda atau yang mengikuti akun Instagram @Ibunda_id.

Jurnal acuan terakhir ini dilakukan oleh (Erwin Juarsa, 2016) yang berjudul *Gaya Komunikasi Pemimpin Divisi MIS PT. Trias Sentosa Tbk.* Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dan metode survey. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa pemimpin divisi MIS yang dominan adalah gaya komunikasi *assertive*. Pemimpin yang memiliki gaya komunikasi ini memiliki kemampuan untuk mendengarkan dengan baik, pemimpin yang terbuka pada saat negosiasi dan kompromi, dapat menerima dan memberikan komplain dan berani melakukan penolakan secara langsung.

Pembaharuan yang dimiliki oleh penelitian ini dibandingkan penelitian sebelumnya adalah bahwa gaya komunikasi penting dimiliki bagi setiap individu apalagi seorang pemimpin. Selain itu, dengan adanya gaya komunikasi dapat membentuk citra diri seseorang. Sedangkan pada penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa gaya komunikasi hanya dilakukan untuk membentuk citra karyawan dan membentuk *personal branding*. Di sisi lain, pembaharuan tersebut juga terdapat pada media yang digunakan, yang mana pada penelitian ini menggunakan media yang banyak digunakan oleh kaum milenial yaitu media tiktok sebagai salah satu wadah yang dijadikan sebagai penelitian.

Gaya Komunikasi

Pengertian gaya komunikasi menurut (Frista Artmanda W, 2006) merupakan ciri khas yang dimiliki oleh setiap individu untuk dapat mengungkapkan ide, gagasan maupun perasaan kedalam bentuk tulisan maupun lisan. Dengan begitu disebut dengan “gaya komunikasi” karena setiap individu memiliki bagaimana menyampaikan informasi dengan gaya komunikasi yang dimiliki. Gaya komunikasi tersebut memiliki perbedaan satu dengan yang lainnya agar menjadi ciri khasnya. Maka dari itu, informasi yang disampaikan akan mudah dimengerti serta memudahkan untuk melakukan interaksi.

Sedangkan menurut (Suranto, 2011) gaya komunikasi didefinisikan suatu perilaku antar pribadi yang digunakan pada saat situasi itu berlangsung untuk mendapatkan suatu respon atau tanggapan pada situasi tertentu. Setiap gaya komunikasi masing-masingnya memiliki sekumpulan komunikasi yang digunakan oleh seseorang untuk mendapatkan respons dalam situasi tertentu. Persamaan dari gaya komunikasi dengan yang lainnya digunakan tergantung dengan maksud komunikator serta harapan dari komunikan.

Steward L. Tubbs dan Selvia Moss menjelaskan bahwa gaya komunikasi merupakan suatu perilaku yang ada di dalam diri pribadi masing-masing untuk digunakan dalam suatu situasi tertentu (Ruliana, 2014). Gaya komunikasi pada masing-masing individu mempunyai kemampuan untuk memberikan informasi. Maka dari itu, setiap individu memiliki ciri khas yang dimiliki untuk menyampaikan informasi kepada para khalayak agar informasi tersebut mendapatkan *feedback* atau tanggapan.

Gaya komunikasi memiliki beberapa faktor yang mempengaruhi, yaitu kondisi fisik, peran, konteks historis, kronologi, bahasa, hubungan, tujuan, konsep diri, nilai-nilai dan kendala (Saphiere, 2005).

Gaya komunikasi pada dasarnya terdapat enam kunci utama untuk mendefinisikan, yaitu (Saphiere, 2005) :

1. Gaya komunikasi adalah sebuah tendensi situasional, bukan termasuk ke dalam jenis komunikasi.
2. Gaya komunikasi yang akan digunakan dipengaruhi oleh beberapa faktor.
3. Pada segi budaya, gaya komunikasi sangat berhubungan di segala sesuatu.
4. Gaya komunikasi memiliki deskripsi netral, tetapi deskripsi tersebut memiliki kelebihan dan kelemahannya masing-masing.
5. Gaya komunikasi memiliki keterkaitan antara hal yang tidak disadari maupun hal yang dapat diamati yaitu antara perilaku dan motivasi.
6. Gaya komunikasi memiliki keuntungan dan kerugian masing-masing.

Heffner mengklasifikasi ulang mengenai gaya komunikasi menjadi tiga gaya (Liliweri, 2015) yaitu :

1. Gaya Komunikasi Pasif (*Passive Style*) gaya ini digunakan untuk menghindari cara pengungkapan pendapat maupun perasaan secara terbuka mengenai hak pribadinya serta tidak mengungkapkan untuk memenuhi kebutuhannya. Gaya komunikasi pasif ini terdapat pada seseorang yang memiliki kepribadian rendah diri dan sifat pemalu. Hal tersebut akan menyulitkan seorang individu untuk kontak mata terutama pada saat situasi komunikasi tidak positif.
2. Gaya Komunikasi Asertif (*Assertive Style*) gaya komunikasi asertif ini memiliki ciri-ciri yang tegas, percaya diri, menghargai diri sendiri serta waktu. Dengan begitu, seorang individu dapat menyampaikan pendapat dan perasaannya secara jelas serta tegas untuk membela hak tanpa melanggar hak orang lain. seseorang dengan gaya ini akan bersedia jika melakukan kompromi tanpa tidak memanipulasi karena individu ini memiliki ide-ide yang aman. Apabila seorang tersebut adalah pemimpin maka akan bersikap tegas tanpa mengorbankan karyawannya.
3. Gaya Komunikasi Agresif (*Aggressive Style*) seorang individu yang memiliki gaya komunikasi agresif cenderung lebih terbiasa berbicara dengan berani, langsung, mahir dan suara yang keras. Hal tersebut individu lebih dinilai oleh orang lain sebagai seorang yang sombong, suka menuntut, mencari masalah dalam persaingan, kalah, berlaku tidak sopan, menyakiti orang lain dalam berkomunikasi, dan mencari intimidasi.

Gaya komunikasi mengisyaratkan bahwa keterampilan dalam berkomunikasi termasuk ke dalam kesadaran diri pada level yang tertinggi. Maka dari itu, untuk memahami suatu gaya komunikasi, setiap orang dapat menciptakan dan mempertahankan gaya komunikasi masing-masing sebagai ciri khas pribadinya. Dengan begitu, gaya disebut juga dengan kepribadian. Sehingga gaya tersebut merupakan ciri khas seseorang pada saat berkomunikasi (Liliweri, 2011). Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Ida Fitriani Noor, 2019) bahwa hasilnya menunjukkan gaya komunikasi politik Ahok dalam media online kompas.com ialah

gaya komunikasi agresif. Kategori yang terdapat pada gaya komunikasi agresif seorang Ahok yaitu mengancam, paksa dan sarkastis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan metode yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu metode analisis isi (*content analysis*). Analisis isi kuantitatif merupakan analisis yang dilakukan terhadap isi (*content*) yang didalamnya terdapat pesan untuk disampaikan oleh media tersebut (Mayring, 2000). Kemudian, analisis isi tersebut bertujuan untuk mengidentifikasi secara sistematis dari isi komunikasi yang tampak (*manifest*) serta dilakukan secara objektif. Sementara itu, data yang dikumpulkan menggunakan *coding sheet* yang dibuat berdasarkan pemilihan bulan yang sudah dikategorikan sebelumnya. Hal tersebut, dilakukan pengcodengan terhadap unggahan video pada periode Mei hingga Oktober dengan memasukan kriteria coding yang sudah dibuat oleh peneliti. Maka dari itu, hasil dari pengujian hipotesa yang berupa pengcodengan dilakukan oleh antar coder. Hasil akhir tersebut peneliti dapat langsung melakukan perhitungan serta baru dapat diketahui hasilnya.

Objek penelitian yang akan digunakan yaitu unggahan video yang terdapat pada akun TikTok ganjarpranowofc pada bulan Mei hingga Oktober 2022. Dari bulan Mei hingga Oktober terdapat 322 unggahan pada TikTok @ganjarpranowofc. Hal tersebut dikarenakan pada bulan Mei terdapat isu bahwa Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo mendapatkan dukungan dari Presiden Republik Indonesia Jokowi untuk mencalonkan dirinya. Dengan demikian, peneliti akan mengambil keseluruhan postingan yang diunggahnya sebagai sampel untuk dilakukan analisis.

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian analisis isi kuantitatif dengan menggunakan instrument *coding sheet* yang berisikan 3 kategori dan 12 indikator gaya komunikasi. Tabel yang akan digunakan untuk penelitian sebagai berikut :

Tabel 1. Kategori Gaya Komunikasi

KATEGORI	INDIKATOR
Gaya Komunikasi Pasif	1. Lemah lembut
	2. Selalu sepakat dalam berpendapat
	3. Selalu mengedepankan kepentingan orang lain
	4. Ramah
Gaya Komunikasi Asertif	1. Percaya diri
	2. Aktif mendengarkan
	3. Selalu memberikan complain
	4. Selalu melakukan negosiasi
Gaya Komunikasi Agresif	1. Bersifat arogan
	2. Kalimat sarkastik
	3. Selalu menatap lawan bicara
	4. Memotong pembicaraan

Sumber : Olahan data penulis, 2023

Untuk melihat bagaimana gaya komunikasi Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo dalam penelitian ini, peneliti dibantu oleh coder. Terdapat beberapa syarat dalam pemilihan coder, yaitu :

1. Coder penduduk asli Provinsi Jawa Tengah
2. Coder memiliki akun TikTok
3. Coder memahami penggunaan akun TikTok
4. Coder merupakan followers Ganjar Pranowo di akun TikTok @ganjarpranowofc

Dari syarat di atas, terdapat 2 orang coder yang akan mengkodekan unggahan video selama 6 bulan yaitu dari bulan Mei sampai Oktober dengan jumlah total 322 unggahan pada TikTok @ganjarpranowofc. Coder tersebut yang akan membantu adalah Tika dan Pawit. Kedua coder tersebut telah memenuhi persyaratan yang sudah ditentukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, yang bertindak sebagai coder 1 adalah Tika dan coder 2 adalah Pawit. Pada saat pengolahan data hasil yang diperoleh dari coder 1 dan 2. Kedua coder tersebut saat proses pengumpulan data diberikan alat ukur yang berupa lembar coding dan instruksi pengisian coder. Penelitian ini dibantu oleh peneliti sebagai coder 3. Dengan begitu, dari ketiga coder tersebut digunakan untuk melihat hasil dari uji reliabilitas.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, sebelumnya peneliti harus mengetahui uji validitas dan reliabilitasnya. Validitas didefinisikan suatu derajat yang mana akan menunjukkan untuk mengukur apa yang hendak diukur (Sukardi, 2013). Validitas dapat diukur dengan suatu alat yang digunakan dalam penelitian ini dapat mengukur sesuai konsep yang ingin diukur. Apabila alat ukur yang digunakan benar, maka hasil temuannya akan sesuai. Sedangkan, alat ukur yang digunakan salah, maka hasil temuannya tidak dapat dipercaya atau tidak sesuai (Eriyanto, 2011).

Indikator dalam penelitian ini berjumlah 12 indikator yang semuanya diuji dan dimasukkan ke dalam alat ukur serta tidak ada yang terlewatkan. Maka dari itu, indikator tersebut diambil dari Heffner, yaitu gaya komunikasi pasif, gaya komunikasi asertif, dan gaya komunikasi agresif.

Dalam melakukan uji reliabilitas peneliti menggunakan formula Holsti sebagai berikut :

Rumus Holsti :

$$\text{Reliabilitas Antar Coder} = \frac{2M}{N1+N2}$$

Keterangan :

M : Jumlah pernyataan yang disetujui oleh pengcoder

N1 : Jumlah coding yang dibuat oleh coder 1

N2 : Jumlah coding yang dibuat oleh coder 2

Dalam menghitung nilai dari uji reliabilitas, peneliti dibantu oleh 3 coder yang mana coder tersebut telah ditentukan oleh peneliti. Dari ketiga coder tersebut akan mengisi dan menilai lembar coding yang sudah dibuat

dan diberikan oleh peneliti. Kemudian, ketiga coder melakukan uji reliabilitas dari 322 video Ganjar Pranowo yang ada di akun TikTok @ganjarpranowofc. Apabila dihitung dengan formula Holsti dan hasilnya sebagai berikut :

Uji reliabilitas coder 1 dan coder 2 :

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2} = \frac{2 (234)}{322 + 322} = 0,72$$

Uji reliabilitas coder 1 dan coder 3 :

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2} = \frac{2 (227)}{322 + 322} = 0,70$$

Uji reliabilitas coder 2 dan coder 3 :

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2} = \frac{2 (232)}{322 + 322} = 0,72$$

Tabel 2. Uji Reliabilitas Coder 1 & Coder 2

No	Unit Analisis	Jumlah coding yang dibuat oleh coder 1 + coder 2 (N1+N2)	Jumlah coding yang sama (M)	$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$	
1.	Gaya Komunikasi Pasif	Lemah Lembut	644	234	0,72
		Selalu Sepakat dalam Berpendapat	644	262	0,81
		Selalu Mengedepankan Kepentingan Orang lain	644	227	0,70
		Ramah	644	278	0,86
2.	Gaya Komunikasi Asertif	Percaya Diri	644	280	0,87
		Aktif Mendengarkan	644	230	0,71
		Selalu Memberikan Complain	644	227	0,70
		Selalu Melakukan Negosiasi	644	271	0,84
3.	Gaya Komunikasi Agresif	Bersifat Arogan	644	293	0,90
		Kalimat Sarkastik	644	291	0,90
		Selalu Menatap Lawan Bicara	644	257	0,79
		Memotong Pembicaraan	644	309	0,95

Sumber: Olahan data penulis, 2023

Tabel 3. Uji Reliabilitas Coder 1 & Coder 2

No	Unit Analisis	Jumlah coding yang dibuat oleh coder 1 + coder 3 (N1+N3)	Jumlah coding yang sama (M)	$CR = \frac{2M}{N1 + N3}$	
1.	Gaya Komunikasi Pasif	Lemah Lembut	644	227	0,70
		Selalu Sepakat dalam Berpendapat	644	294	0,91
		Selalu Mengedepankan Kepentingan Orang lain	644	230	0,71
		Ramah	644	233	0,72
2.	Gaya Komunikasi Asertif	Percaya Diri	644	230	0,71
		Aktif Mendengarkan	644	227	0,70
		Selalu Memberikan Complain	644	270	0,83
		Selalu Melakukan Negosiasi	644	292	0,90
3.	Gaya Komunikasi Agresif	Bersifat Arogan	644	289	0,89
		Kalimat Sarkastik	644	286	0,88
		Selalu Menatap Lawan Bicara	644	227	0,70
		Memotong Pembicaraan	644	310	0,96

Sumber: Olahan data penulis, 2023

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Coder 2 & Coder 3

No	Unit Analisis	Jumlah coding yang dibuat oleh coder 2 + coder 3 (N2+N3)	Jumlah coding yang sama (M)	$CR = \frac{2M}{N2 + N3}$	
1.	Gaya Komunikasi Pasif	Lemah Lembut	644	232	0,72
		Selalu Sepakat dalam Berpendapat	644	294	0,91
		Selalu Mengedepankan Kepentingan Orang lain	644	227	0,70
		Ramah	644	229	0,71
2.	Gaya Komunikasi Asertif	Percaya Diri	644	228	0,70
		Aktif Mendengarkan	644	236	0,73
		Selalu Memberikan Complain	644	231	0,71
		Selalu Melakukan Negosiasi	644	271	0,84
3.	Gaya Komunikasi Agresif	Bersifat Arogan	644	296	0,91
		Kalimat Sarkastik	644	291	0,90
		Selalu Menatap Lawan Bicara	644	232	0,72
		Memotong Pembicaraan	644	321	0,99

Sumber: Olahan data penulis, 2023

Hasil uji reliabilitas di atas menunjukkan bahwa tingkat reliabilitas yang didapatkan dari masing-masing kategori gaya komunikasi yaitu 0,72 dan 0,70 yang artinya nilai tersebut di atas 0,70 atau 70%. Jadi, ketiga coder tersebut menyatakan menyetujui semua kategori gaya komunikasi yang ada di dalam 322 video. Dengan begitu, dapat dikatakan reliabel sebagai alat ukur karena nilai yang dihasilkan mampu melebihi dari batas minimum yang ada di dalam formula Holsti. Apabila hasil yang didapatkan dengan menggunakan formula Holsti di bawah minimum maka alat ukur peneliti harus diperbaiki atau tidak reliabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini yang berjudul “Analisis Isi Kuantitatif Gaya Komunikasi Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo melalui TikTok @ganjarpranowofc”. Penelitian ini menggunakan 3 coder yaitu coder 1, 2 dan 3

untuk mengetahui dan menghitung nilai reliabilitas serta mendapatkan data dari kategori-kategori gaya komunikasi yang telah ditentukan oleh peneliti berdasarkan konsep Haffner.

Setelah uji reliabilitas di atas dilakukan selanjutnya peneliti akan mendeskripsikan atau menjelaskan hasilnya dari temuan data. Hasil uji reliabilitas tersebut digunakan untuk menganalisis data dengan berbentuk tabel distribusi frekuensi. Tabel tersebut merupakan hasil dari temuan data yang telah diolah oleh peneliti yang berisi frekuensi gaya komunikasi, sebagai berikut :

Tabel 5. Frekuensi Gaya Komunikasi

Kategori	Indikator	Frekuensi
Gaya Komunikasi Pasif	Lemah Lembut	234
	Selalu sepakat dalam berpendapat	262
	Selalu mengedepankan kepentingan orang lain	227
	Ramah	278
	Total	1.001
Gaya Komunikasi Asertif	Percaya diri	280
	Aktif mendengarkan	230
	Selalu memberikan complain	227
	Selalu melakukan negosiasi	271
	Total	1.008
Gaya Komunikasi Agresif	Bersifat arogan	293
	Kalimat sarkastik	291
	Selalu menatap lawan bicara	257
	Memotong pembicaraan	309
	Total	1.150

Sumber: Olahan data penulis, 2023

Hasil data di atas merupakan hasil olahan dari coder 1 dan 2 untuk mengetahui jumlah frekuensi setiap masing-masing indikator dari ketiga kategori gaya komunikasi yang dikemukakan oleh Haffner, yaitu gaya komunikasi pasif, gaya komunikasi asertif dan gaya komunikasi agresif dengan jumlah total indikator sebesar 12 indikator.

Berdasarkan hasil temuan data yang telah disajikan ke dalam tabel yang ada di atas berasal dari kedua coder. Kesimpulan yang dapat ditarik bahwa kategori “Gaya Komunikasi Pasif” memiliki total jumlah frekuensi 1.001 dengan indikator gaya komunikasi pasif yang paling sering muncul ialah indikator ramah sebanyak 278 kali. Kemudian, untuk indikator lemah lembut 234 kali, selalu sepakat dalam berpendapat 262 kali dan selalu mengedepankan kepentingan orang lain 227 kali. Dalam gaya komunikasi pasif yang dominan atau nilai frekuensi tertinggi yaitu ramah. Oleh karena itu, sebagai tokoh politik memiliki sikap lainnya terutama sikap ramah terhadap masyarakatnya. Dengan adanya sikap ramah, masyarakat akan lebih dihargai oleh pemimpinnya atau tokoh politik lainnya.

Hasil temuan data yang telah disajikan ke dalam tabel yang ada di atas berasal dari kedua coder. Kesimpulan yang dapat ditarik bahwa kategori “Gaya Komunikasi Asertif” memiliki total jumlah frekuensi

1.008. Indikator dalam gaya komunikasi asertif yang paling sering muncul ialah indikator percaya diri dengan jumlah frekuensi sebanyak 280 kali. Di sisi lain terdapat indikator lainnya diantaranya indikator aktif mendengarkan dengan jumlah frekuensi sebanyak 230 kali, selalu memberikan complain 227 kali, selalu melakukan negosiasi 271 kali. Dalam gaya komunikasi asertif yang memiliki nilai frekuensi tertinggi ialah percaya diri. Oleh karena itu, sebagai tokoh politik yang memiliki kategori percaya diri, tokoh politik tersebut memiliki rasa kepercayaan diri sendiri maupun untuk orang lain sangatlah tinggi.

Hasil temuan data yang telah disajikan ke dalam tabel di atas berasal dari kedua coder. Kesimpulan yang dapat ditarik bahwa kategori “Gaya Komunikasi Agresif” memiliki total jumlah frekuensi 1.150. indikator pada gaya komunikasi agresif yang dominan ialah indikator memotong pembicaraan dengan jumlah frekuensi sebanyak 309 kali. Kemudian untuk indikator bersifat arogan sebanyak 293 kali, kalimat sarkastik 291 kali, selalu menatap lawan bicara 257 kali. Oleh karena itu, sebagai tokoh politik terutama Gubernur atau lainnya saat memiliki gaya komunikasi agresif hak yang dimiliki tidak akan direndahkan.

Seorang pemimpin memiliki sikap percaya diri diartikan rasa kepercayaan diri yang ada di dalam diri sendiri dapat menumbuhkan rasa kepercayaan dan keyakinan sehingga dapat menangani segala situasi dengan tenang. Pemimpin mampu untuk mengendalikan, mendorong dan mempengaruhi orang-orang yang ada di sekitar untuk mengikuti cara yang ia ambil sehingga mencapai tujuan yang diinginkan. Adanya rasa percaya diri akan memberikan keberanian untuk mengambil keputusan dan melakukan tindakan yang akan berdampak untuk organisasi. Rasa percaya diri tersebut sangat penting dimiliki oleh seorang pemimpin (Natasha Giovanni, 2018). Menurut (Riswandi, 2017) salah satu tokoh politik yang memiliki rasa percaya diri adalah Joko Widodo. Pada saat menyampaikan pesannya selalu tampak tenang dan tidak terburu-buru dalam mengucapkan kata-katanya. Adanya rasa percaya diri bagi seorang pemimpin dalam menyampaikan pesan pada saat melakukan kampanye yaitu untuk menarik para pemilih. Sehingga, pemimpin tersebut memiliki rasa kepercayaan diri yang tinggi untuk menyampaikan pesannya. Selain itu, rasa percaya diri bagi seorang pemimpin akan memiliki keberanian untuk mengambil keputusan yang sulit. Dengan begitu, salah satu tokoh politik ialah Joko Widodo memiliki rasa percaya diri yang tinggi dengan gaya komunikasi yang dimilikinya.

Sikap ramah dalam diri seorang pemimpin dilakukan agar dapat memahami karakteristik masyarakatnya. Seorang pemimpin yang lebih dekat dengan masyarakatnya jadi lebih mengetahui apa saja keluhan-keluhan yang dihadapi oleh masyarakatnya. Selain itu, sikap ramah yang dimiliki oleh pemimpin dalam hal menyelesaikan masalahnya menjadi lebih tenang. Keramahan yang dimiliki oleh seorang pemimpin disertai dengan rasa simpati yang tulus dan bersedia berkorban untuk masyarakatnya. Hal itu akan menimbulkan hubungan yang erat dari seorang pemimpin dan masyarakat. (Tri Hidayati, 2018). Menurut (Purwandi, 2021) salah satu tokoh politik yang memiliki sikap ramah adalah Gus Baha’ sebagai pendakwah di chanel youtubanya. Gus Baha’ dikenal sebagai seseorang yang memiliki gaya komunikasi ramah, merasa dekat, dan memberikan respon positif. Adanya sikap ramah yang dimiliki oleh seorang pemimpin pada saat

ajang kampanye menjadi salah satu cara untuk menarik perhatian masyarakat. Sehingga, pemimpin pada saat melakukan komunikasi secara langsung dengan masyarakatnya secara ramah akan meningkatkan citra diri dan moral sebagai pemimpin. Dengan begitu, masyarakat lebih tertarik dan merasa dekat dengan pemimpin tersebut.

Pada sikap agresif terutama memotong pembicaraan yang dimiliki oleh seorang pemimpin mengingkarkan pendapat dan haknya dihargai. Maka dari itu, seorang pemimpin dapat melakukan memotong pembicaraan secara tegas dan tepat. Selain itu, seorang pemimpin yang memiliki sikap memotong pembicaraan dapat mengambil keputusan dengan cepat. Di sisi lain, mengambil keputusan secara cepat terdapat sisi baik dan buruknya. Sisi baik yang diperoleh pada saat mengambil keputusan dengan cepat ialah hak dan pendapat dari seorang pemimpin akan dihargai. Sedangkan, sisi buruknya ialah tidak memikirkan hal apa yang akan terjadi kedepannya. Menurut (Aminiyah, 2016) salah satu tokoh politik yang memiliki gaya komunikasi agresif adalah Ahok. Pada saat menjadi Gubernur DKI Ahok menggunakan gaya komunikasi dengan kategori mengancam, paksa dan sarkastis. Adanya sikap agresif penting bagi seorang pemimpin karena setiap pemimpin memiliki target atau pencapaian yang harus dicapai agar perkembangan sesuai dengan yang diinginkan. Sehingga, sikap agresif tersebut pemimpin dapat bertanggung jawab dengan apa yang dilakukan. Maka dari itu, Ahok bersikap agresif agar perkembangan yang diinginkan tercapai sesuai target.

Data di atas menunjukkan jumlah frekuensi tertinggi terletak pada indikator memotong pembicaraan yang termasuk ke dalam kategori gaya komunikasi agresif. Hal tersebut menjelaskan bahwa seorang Ganjar Pranowo dalam menyampaikan informasinya dilakukan dengan cara memotong pembicaraan. Namun, di sisi lain Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo menggunakan gaya komunikasi pasif dan asertif. Gaya komunikasi pasif yang dominan ialah kategori ramah dengan jumlah frekuensi sebanyak 278 kali. Sedangkan gaya komunikasi asertif yang paling dominan ialah percaya diri dengan jumlah frekuensi sebanyak 280 kali. Pada saat Ganjar Pranowo menjabat sebagai Gubernur Jawa Tengah, gaya komunikasi untuk menyampaikan informasinya dapat menarik perhatian masyarakat. Tidak hanya provinsi Jawa Tengah, tetapi Ganjar Pranowo dikenal di berbagai wilayah lainnya di luar provinsi Jawa Tengah.

Hasil dari ketiga kategori gaya komunikasi di atas menunjukkan bahwa jumlah frekuensi yang tertinggi yaitu gaya komunikasi agresif sebesar 1.150. Perbedaan hasil temuan ini terletak pada kategori yang digunakan dalam penelitian ini dan penelitian sebelumnya. Pada penelitian sebelumnya yang di paparkan oleh (Raisa & Mutia 2013) memiliki hasil temuan adanya ketepatan yang menjadi dimensi gaya komunikasi paling menonjol. Selain itu, ditemukan juga bahwa terdapat sifat positif dalam menjawab keluhan publik di media sosial. Sedangkan data yang diperoleh pada tabel di atas menunjukkan bahwa gaya komunikasi Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo melalui TikTok @ganjarpranowofc yang lebih ditonjolkan ialah memotong pembicaraan dengan jumlah frekuensi 309 kali, bersifat arogan 293 kali, kalimat sarkastik 291 kali serta selalu menatap lawan bicara 257 kali. Indikator-indikator tersebut memperoleh jumlah keseluruhan frekuensi sebesar

1.150. Indikator-indikator tersebut terletak di dalam kategori “Gaya Komunikasi Agresif”. Namun di sisi lain, Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo menggunakan gaya komunikasi pasif dan asertif. Gaya komunikasi pasif yang dominan ialah kategori ramah dengan jumlah frekuensi sebanyak 278 kali. Sedangkan gaya komunikasi asertif yang paling dominan ialah percaya diri dengan jumlah frekuensi sebanyak 280 kali. Hasil tersebut ditemukan karena jumlah frekuensi yang tertinggi dari hasil pengolahan data ialah indikator gaya komunikasi agresif dengan kategori memotong pembicaraan. Implikasi dari hasil temuan tersebut masyarakat lebih mengetahui gaya komunikasi yang digunakan Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo ialah gaya komunikasi agresif. Gaya komunikasi tersebut dilakukan agar hak dan pendapat yang disampaikan dihargai dan didengarkan. Selain itu, Gubernur Jawa Tengah juga menggunakan kategori ramah dan percaya diri agar masyarakatnya merasa lebih dekat dengan dirinya. Gaya komunikasi yang dimiliki oleh Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo akan memudahkan dalam memperoleh suara pemilih saat Ganjar Pranowo mencalonkan dirinya sebagai Presiden untuk menggantikan Presiden Joko Widodo.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah peneliti lakukan pada akun TikTok @ganjarpranowofc dengan menggunakan metode analisis isi kuantitatif tentang bagaimana gaya komunikasi yang digunakan oleh Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo melalui TikTok. Hasil akhir dari penelitian ini adalah terdapat 3 kategori gaya komunikasi dan 12 indikator yang dikemukakan oleh Haffner, maka dari itu peneliti dapat menyimpulkan bahwa gaya komunikasi yang digunakan oleh Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo melalui TikTok @ganjarpranowofc adalah Gaya Komunikasi Agresif dengan indikator bersifat arogan, kalimat sarkastik, selalu menatap lawan bicara dan memotong pembicaraan. Kemunculan kategori gaya komunikasi agresif yang paling dominan adalah memotong pembicaraan dengan jumlah frekuensi 309 kali, bersifat arogan 293 kali, kalimat sarkastik 291 kali serta selalu menatap lawan bicara 257 kali. Namun, di sisi lain Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo menggunakan gaya komunikasi pasif dan asertif. Gaya komunikasi pasif yang dominan ialah kategori ramah dengan jumlah frekuensi sebanyak 278 kali. Sedangkan gaya komunikasi asertif yang paling dominan ialah percaya diri dengan jumlah frekuensi sebanyak 280 kali.

Penelitian ini masih memiliki kekurangannya salah satunya ialah saat penelitian menggunakan metode analisis isi kuantitatif peneliti hanya dapat melihat seberapa banyak jumlah frekuensi dari gaya komunikasi. Maka dari itu, diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat lebih teliti dan lengkap lagi agar dapat memberikan dan menambah pengetahuan kepada masyarakat terkait gaya komunikasi. Peneliti selanjutnya juga dapat menjadikan sumber referensi yang akan meneliti terkait gaya komunikasi menggunakan analisis isi. Dengan begitu, peneliti mengharapkan untuk peneliti selanjutnya akan lebih baik dan lebih dapat menyempurnakan dengan lebih daripada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Book

- Eriyanto. (2011). *Analisis isi: Pengantar metodologi untuk penelitian ilmu komunikasi dan ilmu-ilmu sosial lainnya*. Grup Media Kencana Prenada.
- Kriyantono, R., & Sos, S. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi*. Prenada Media.

Jurnal

- Aisah, D. D., & Prasetyawati, Y. R. (2018). Pengaruh konten dan gaya komunikasi di platform konsultasi berbasis online@ ibunda_id terhadap brand awareness. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(1), 29-38.
- Aminiyah, SA (2016). *GAYA KOMUNIKASI POLITIK AHOK DALAM MEDIA ONLINE (Analisis isi media online kompas.com edisi Maret 2015-Desember 2015)* (Disertasi Doktor, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Andriansyah, L. (2020). CITRA DIRI VIRTUAL MAHASISWA (Studi Kualitatif Citra Diri Virtual Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sumatera Utara di Media Sosial Instagram). *Komunika*, 16(1), 22-31.
- Hidayat, R., Malfasari, E., & Herniyanti, R. (2019). Hubungan perlakuan body shaming dengan citra diri mahasiswa. *Jurnal Keperawatan Jiwa*, 7(1), 79-86.
- Hidayati, T. (2018). Gaya Kepemimpinan Kepala Desa (Studi Kasus Kepemimpinan Empat Kelurahan di Kecamatan Sewon Bantul Yogyakarta).
- Juarsa, E. (2016). Gaya Komunikasi Pemimpin Divisi MIS PT. Trias Sentosa Tbk Krian. *Jurnal E-Komunikasi*, 4(2).
- Nasyitha, R. (2018). *Gaya Komunikasi Pemimpin dalam Menanggapi Keluhan Publik di Media Sosial (Analisis Isi Kuantitatif Gaya Komunikasi Walikota Bandung@ridwankamil dan Gubernur Jawa Tengah@ganjarpranowo dalam Menanggapi Keluhan Publik di Twitter Periode Oktober-Desember 2013)* (Disertasi Doktor, Universitas Gadjah Mada).
- Nur Asiah, N. (2021). *GAYA KOMUNIKASI SELEBGRAM ANGGARITA DALAM PRODUCT ENDORSEMENT DI INSTAGRAM* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Oktaviana, OA, & Aprilia, MP (2022). Maskulinitas dalam Film Indonesia (Analisis Isi Kuantitatif Maskulinitas pada Film Aksi Indonesia Produksi 2011-2021). *JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan)*, 5 (1), 43-64.
- Padaga, E. P. L., & Fitriyani, L. R. (2021). GAYA KOMUNIKASI PS. CHRISTOFER TAPIHERU DALAM MEMBENTUK PERSONAL BRANDING. *Scriptura*, 11(1), 26-34.
- Prakoso, H. A. (2016). Personal Branding Prabowo Subianto (Analisis Isi Kuantitatif Personal Branding Prabowo Subianto di Situs Berita Online Republika. co. id dan Tempo. co. id Tanggal 9 Juni-9 Juli 2014). *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 7(1), 18-24.
- Purwandi, K., Hamama, S., & Kom, SI (2021). *Gaya Komunikasi Dakwah KH Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha')* (Disertasi Doktor, Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen).
- Riswandi, R. (2017). Gaya Komunikasi Capres Joko Widodo Dan Prabowo Subianto Pada Pilpres 2014. *Jurnal Ilmu Komunikasi Acta Diurna*, 13 (1), 89-101.
- Sandra, L. J. (2013). Political branding Jokowi selama masa kampanye Pemilu Gubernur DKI Jakarta 2012 di media sosial Twitter. *Jurnal E-komunikasi*, 1(2).
- Sulistyowati, T. (2019). Model Adaptasi Pekerja Migran Perempuan dalam Mengkonstruksi Identitas Sosial di Negara Tujuan. *Jurnal Perempuan dan Anak*, 2(1), 1-12.
- Syanne, P. (2016). Gaya Komunikasi Gubernur DKI Jakarta Terhadap Pembentukan Citra Dalam Persepsi Pekerja Media Massa (Studi Kasus Pada Basuki Tjahaja Purnama (Ahok))/Patricia Syanne/69120027/Pembimbing: Glorya Agustiningsih.
- Wumbu, YLE (2022). Pengaruh Media Sosial Tik Tok terhadap Gaya Komunikasi Siswa SDN 18 Kinali Kabupaten Pasaman Barat Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 2 (1), 92-99.