

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pemilu tahun 2019 menjadi ajang pertama Partai Solidaritas Indonesia (PSI) menguji kemampuan mereka dalam kancah politik nasional. Partai Solidaritas Indonesia (PSI) yang berdiri pada tanggal 16 November 2014 harus berkompetisi dengan 20 Partai Politik lain di Pemilu 2019. PSI hadir dan lahir dengan pemikiran ingin mengembalikan nilai-nilai seperti etika politik, menolak modal partai yang bertumpu pada kekuatan figur, menghargai kemajemukan, dan menjunjung kesetaraan dan solidaritas. Partai Solidaritas Indonesia (PSI) sebagai partai yang tersegmentasi, membatasi dirinya hanya untuk para pemilih muda yang merupakan kelompok usia dengan jumlah terbanyak yaitu sekitar 50,4%, karena hal itu PSI mengambil posisi sebagai partai anak muda (Elizabeth Anggit Sekar Citra T, 2021). Syarat untuk menjadi anggota dari PSI salah satunya adalah berusia dibawah 45 tahun (DPP PSI, 2017). Partai ini memang berhasil menarik anak muda untuk bergabung, hal ini dibuktikan dengan anggota PSI yang usia rata-ratanya berkisar 20 sampai 30 tahun. Selain itu, PSI juga menggunakan istilah-istilah anak muda dalam setiap kegiatannya seperti “Kopi Darat Nasional” yang merujuk kepada istilah kegiatan Musyawarah Nasional (DPP PSI, 2017).

Diluar dari identitas kepemudaan, PSI melalui ketua umum nya pada saat itu yaitu Grace Natalie kerap menyebut PSI adalah Partai yang baru dan berbeda dengan Partai yang ada sebelumnya dengan pendekatan bahwa PSI menjadi Partai Politik yang mendasarkan diri pada sikap membangun politik yang bersih, politik yang melayani rakyat, dan politik yang terbuka, melalui identitas ini pun menjadi salah satu penunjang suara PSI di Pemilu Legislatif 2019. Berdasarkan hasil Pemilu 2019 PSI mendapat 1,89% dengan 2.650.361 pemilih, tentu ini membuat PSI tidak memenuhi Parliamentary Threshold sebesar 4% sesuai yang disyaratkan pada Undang-Undang Nomor: 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum. Jika melihat dari sebaran suara PSI

di Pemilu 2019 perolehan suaranya tidak *segmented* hanya untuk pemuda, tetapi juga dengan wilayah perkotaan atau masyarakat perkotaan (*urban*), DKI Jakarta menjadi pendulang suara bagi PSI di Pemilu Legislatif 2019 (Naufal, 2023).

PSI di Jakarta mendulang banyak pujian karena berhasil meloloskan kader mereka sebanyak 8 orang untuk bisa masuk ke DPRD DKI Jakarta sekaligus menempati urutan ke enam dengan perolehan suara 6,86% di DPRD DKI Jakarta (KPU, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa strategi identitas kepemudaan dan Partai Politik yang baru dan berbeda cocok untuk ditempatkan pada wilayah perkotaan dengan kelompok masyarakat urban didalamnya (Aspinall & Mietzner, 2019). Sesuai dengan prinsip PSI yaitu mempunyai kader-kader yang usianya tergolong muda, pada Pemilu Legislatif di DPRD DKI Jakarta PSI mengirim kader mereka menjadi anggota legislatif terpilih sekaligus menjadi yang termuda di DPRD DKI Jakarta 2019 yaitu William Aditya Sarana (Ryana Aryadita Umasugi, Jessi Carina, 2019).


Pemilu 2024, Partai Solidaritas Indonesia menjalani kontestasi ke-2 mereka di ranah nasional, walaupun berhasil meningkatkan hasil mereka tetapi PSI yang sudah di komandoi oleh seorah Kaesang Pangarep belum berhasil menembus ke senayan. PSI di Pemilu Legislatif 2024 berhasil mendapatkan total 4.260.169 total suara (2,81%) (Maharso, 2024). Pada Pemilu Legislatif ini PSI mempunyai pendekatan yang berbeda untuk bisa ditampilkan kepada Masyarakat. PSI melakukan penyebarluasan gagasan "Jokowisme" di Twitter, hal ini dilakukan secara masif agar bisa mendapatkan suara lebih bervariasi dikalangan anak muda. Mengutip kata-kata Dedek Prayuki di DetikNews "Jokowisme adalah sebuah paham progresivitas Indonesia menuju sebuah negara bangsa yang maju, berkeadilan dan berdaulat dalam makna yang sesungguhnya,". Dedek Prayuki selaku Wasekjen DPP PSI atau yang kerap disapa Uki juga menjelaskan Jokowisme sebuah paham atau gagasan mengenai Indonesia yang maju dan progresif (Rolando Fransiscus Sihombing, 2023).

PSI Jakarta pada Pemilu Legislatif 2024, menyelaraskan dengan visi dari DPP PSI memfokuskan kepada Partai Politik yang mendukung Pak Jokowi, dengan membuat dan menyebarkan baliho bergambarkan Jokowi dan Kaesang selaku Ketua

Umum baru PSI yang bertujuan untuk bisa mendapatkan suara lebih banyak dari kelompok penggemar Jokowi / Projo di Jakarta (Muhtadi, 2020). PSI Jakarta juga secara masif mendukung Calon Presiden Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka dengan perkataan “Coblos PSI, Menangkan Gibran Satu Putaran” (Tristiawati, 2024). Segmentasi ini selaras dengan sikap Fraksi PSI selama periode 2019-2024 di DPRD DKI Jakarta yang selalu diposisi oposisi, sehingga menguntungkan mereka dengan dapat dipercaya oleh para projo yang pada saat itu sangat bersebrangan dengan pendukung Calon Presiden 01 yaitu Anies Baswedan. Selain melalui pendekatan “Jokowisme” PSI Jakarta juga melaunching platform bit.ly/PlatformPSIJakarta2024, platform ini diharapkan agar para kontituen para Calon Legislatif disetiap dapil nya bisa dapat mengetahui aktivitas para Caleg dan dapat lebih dekat dengan program-program yang sedang di gagas oleh setiap Caleg (Luthfia Miranda Putri, 2024).

Pemilu Legislatif DPRD DKI Jakarta 2024 PSI Jakarta mendapatkan 465.936 total suara, dari peroleh daftar suara caleg PSI Francine Widjojo memperoleh suara 10.000 total suara di dapil 7 DPRD DKI Jakarta,

Gambar 1. 1
Perolehan Suara Francine Widjojo di Dapil 7 pada Pemilu Legislatif DPRD DKI Jakarta 2024

|  Partai Solidaritas Indonesia | | |
|--|-------------------------------------|--------|
| NO | NAMA | JUMLAH |
| 0. | SUARA PARTAI | 17,700 |
| 1. | ROY SETIAWAN | 5,634 |
| 2. | FRANCINE EUSTACIA V. W., S.H., M.H. | 10,000 |
| 3. | BELMONDO SCORPIO, S.H. | 1,944 |
| 4. | DIKA | 1,626 |
| 5. | MUHAMMAD FATHONY, S.T., M.M. | 2,736 |
| 6. | MIMI AMILIA | 1,150 |

Francine Widjojo muncul sebagai figur yang menonjol dengan strategi kampanye yang berfokus pada pecinta hewan (Ulfiana, 2024). Pendekatan kepada kelompok pecinta hewan tidak hanya menyoroti kesejahteraan hewan, tetapi juga menggambarkan bagaimana isu-isu khusus yang sering terabaikan dalam politik bisa digunakan untuk membangun hubungan emosional dengan pemilih (Scammell, 2022). Kegiatan kampanye yang dilakukan secara rutin baik terjun langsung ke masyarakat atau melalui publikasi konten di media sosial. Francine rutin melakukan *Street Feeding* setiap hari di kawasan dapil 7 DPRD DKI Jakarta seperti Cilandak, Kebayoran Lama, Kebayoran Baru, Pesangrahan, dan Setia Budi, *Street Feeding* ini dilakukan untuk mengenalkan sosok beliau ke para masyarakat sekitar dan menguatkan citra beliau dalam berkampanye menjadi calon legislatif. Melalui berbagai peran sosial yang dijalannya, Francine Widjojo menawarkan profil yang solid sebagai politisi dengan background lulusan hukum dan berkarier sebagai Advokat/Pengacara. Dengan latar belakang hukum dan sering berkarir di ruang lingkup pecinta hewan Francine Widjojo mengelaborasi kedua hal tersebut untuk menyuarakan Gagasan “JakartaRamahHewan” (Wawancara Revi, Tim Pemenangan, PSI, 23 Januari 2025).

Sebelum terjun ke dunia politik sebagai calon legislatif, Francine Widjojo aktif bekerja di beberapa firma hukum seperti di Akmalsyah & Co dan Budidjaja & Associates Lawyers sebagai Senior Associate, Francine Widjojo pun sempat mendirikan firma hukum nya sendiri yaitu Francine & Co (Ginangjar, tempo.co, 2024). Bergabung dengan Partai Solidaritas Indonesia (PSI) memberikan Francine platform yang lebih luas untuk memperjuangkan isu-isu yang menjadi perhatiannya. Di PSI, Francine menjabat sebagai Direktur Lembaga Bantuan Hukum (LBH) serta Juru Bicara Bidang Hukum, Ketenagakerjaan, dan Perlindungan Hewan. Salah satu kasus yang pernah ditangani beliau yaitu mengawal kasus anjing dengan sebutan “JJ” yang meninggal saat sedang menggunakan layanan salah satu hotel petshop di Kota Depok, kasus ini cukup viral karena sampai di repost pada social media salah satu artis yaitu

Michele Ziudith (Juliansyah, 2023). Selain itu, ia juga pernah menjabat sebagai Sekretaris Dewan Pimpinan Cabang (DPC) Perhimpunan Advokat Indonesia (PERADI) Jakarta Selatan (Ginangjar, tempo.co, 2024), hal ini tentu memperkuat kredibilitasnya sebagai profesional di bidang hukum. Posisi-posisi ini memberikan nilai tambah signifikan bagi Francine dalam membangun strategi marketing politiknya.

Sebagai Direktur Lembaga Bantuan Hukum (LBH) PSI, Francine memiliki akses langsung ke masyarakat yang mengalami masalah hukum, Francine memanfaatkan kesempatan tersebut untuk memperkenalkan sosok beliau kepada masyarakat dan membuat wadah tersebut menjadi salah satu *background profil* dalam terjun menjadi calon legislative. Salah satu kasus pertama pertama yang ia ambil di wilayah Jakarta Selatan Francine Widjojo membantu korban banjir di daerah Mampang pada tahun 2021 lalu dan berhasil memenangkan gugatan di PTUN (Saputra, 2022). Kasus tersebut sempat *booming* karena gugatan tersebut diberikan kepada gubernur dan Francine berhasil memenangkan gugatan tersebut. dan tidak hanya sampai situ beliau pun terus mengawal hasil putusan tersebut dengan membersamai warga Mampang Jakarta Selatan untuk mendesak Gubernur DKI Jakarta untuk segera melakukan pengerohan dan pembersihan kali daerah Mampang (Saputra, 2022).

Francine Widjojo berulang kali aktif terlibat dalam menjalankan kampanye kesejahteraan hewan, seperti terjun langsung jalanan untuk melakukan *street feeding* atau memberikan makan para kucing di jalanan, dalam kegiatan *street feeding* tersebut Francine selalu membagikan *goodie bag* kecil untuk dibagikan ke masyarakat sekitar yang berisikan makanan kucing, kartu nama, serta *pamflet* yang berisikan profil beliau sebagai calon legislatif (Wawancara Revi, Tim Pemenangan, PSI, 23 Januari 2025). Francine Widjojo juga seringkali bekerja sama dengan berbagai komunitas pecinta hewan di Jakarta untuk membantu mensterilisasi hewan dan penyuntikan vaksin rabies pada hewan, hal ini guna meningkatkan kesadaran publik mengenai pentingnya perlindungan hak-hak hewan.

Kiprah Francine juga tampak jelas di media sosial, di mana ia secara rutin membagikan kegiatannya, mulai dari diskusi tentang cara agar kota Jakarta bisa lebih

ramah kepada hewan baik dari bidang hukum maupun secara sosial, seperti yang selalu ia lakukan dalam program kampanye beliau yaitu “rescue makmur bahagia” yang berfokus untuk mengobati kucing-kucing liar dan membantu mensterilisasi kucing-kucing tersebut. hingga kampanye untuk merawat dan menyelamatkan hewan yang terlantar (Wawancara Revi, Tim Pemenangan, PSI, 23 Januari 2025). Francine dan tim yang memang sudah meyakini bahwa media social dapat membantu menjalankan kampanye secara lebih efektif pada dapil 7 DPRD DKI Jakarta sehingga ia menunjukkan keterlibatannya secara langsung dengan turun dan berinteraksi secara langsung dengan masyarakat dan memperkuat citranya sebagai sosok yang peduli dan responsif terhadap berbagai isu terhadap hewan yang terjadi lingkungan masyarakat (Wawancara Revi, Tim Pemenangan, PSI, 23 Januari 2025).

Gambar 1. 2
Kampanye Francine Widjojo



Sumber: Akun Instagram @francinewidjojo (2024)

Data berikut menunjukkan eksistensi komunitas pecinta kucing di wilayah Jakarta Selatan yang menjadi bagian penting dalam strategi kolaboratif kampanye Francine Widjojo:

Tabel 1.1 Data Followers Media Social

| No | Kelompok Pecinta Hewan | Wilayah | Followers |
|----|------------------------|-----------------|-----------|
| 1 | WonderWowmen | Jakarta Selatan | 10,5 ribu |
| 2 | Mamapus | Jakarta Selatan | 36.8 ribu |
| 3 | Yayasan Peduli Kucing | Jakarta Selatan | 54.4 ribu |

Keberadaan komunitas-komunitas tersebut menunjukkan bahwa isu kesejahteraan hewan, khususnya kucing, memiliki basis dukungan yang cukup kuat di Jakarta Selatan. Francine Widjojo secara strategis memanfaatkan jejaring komunitas ini untuk membangun komunikasi yang lebih emosional dan partisipatif dengan pemilih. Melalui kolaborasi dengan komunitas-komunitas tersebut, Francine tidak hanya mendapatkan dukungan dari para penggiat hewan, tetapi juga mampu memperluas jangkauan kampanyenya di media sosial. Besarnya jumlah pengikut komunitas pecinta kucing di Jakarta Selatan ini menjadi indikasi bahwa isu hewan memiliki daya tarik elektoral tersendiri, terutama di kalangan masyarakat urban yang semakin sadar akan pentingnya perlindungan hewan. Dengan demikian, pendekatan kampanye berbasis komunitas seperti yang dilakukan Francine dapat dikatakan efektif dalam memperkuat identitas politik dan membangun kedekatan dengan konstituen secara lebih autentik.

Sebagai Juru Bicara Bidang Hukum dan Perlindungan Hewan PSI, Francine Widjojo terlibat dalam berbagai kegiatan yang mendukung pembelaan hak-hak hewan, ia juga kerap menjadi pengacara bagi Masyarakat yang peduli terhadap hewan dan mencari keadilan dalam pengadilan. Francine juga berpartisipasi dalam diskusi publik tentang perlunya regulasi lebih ketat seperti saat Francine mendorong untuk terjadinya revisi pada Peraturan Daerah DKI Jakarta No.11 tahun 1995 tentang Pengawasan Hewan Rentan Rabies, serta Pencegahan dan Penanggulangan Rabies. (Wawancara Revi, Tim Pemenangan, PSI, 23 Januari 2025). Tindakan yang dilakukan Francine Widjojo menjadi *bargaining power* yang selaras dengan isu yang dia angkat pada kegiatan kampanye beliau dan menjadikan masyarakat melihat keseriusan Francine Widjojo sebagai calon legislative yang memperjuangkan hak dan kesejahteraan hewan.

Posisi Francine di PSI dan Perhimpunan Advokat Indonesia (PERADI) memberikan kredibilitas tambahan yang memperkuat citranya sebagai politisi yang kompeten dan berintegritas. Melalui perannya di LBH PSI dan PERADI, ia tidak hanya membangun koneksi kuat dengan masyarakat, tetapi juga memperkokoh dirinya dalam politik sebagai advokat yang berkomitmen memperjuangkan keadilan. Dalam marketing politik, hal ini penting karena mencerminkan rekam jejak nyata yang menunjukkan kepeduliannya terhadap hak-hak Masyarakat (Newman, 2021). Sebagai contoh Francine Widjojo berulang kali memberikan bantuan hukum kepada masyarakat yang membutuhkan, terutama kepada mereka yang kurang mampu dan sering kali terpinggirkan dari akses keadilan di Indonesia. Beberapa contoh konkret dari keterlibatannya adalah ketika ia membantu keluarga korban yang meninggal karena tergigit oleh anjing rabies di Medan (SINAGA, 2023), Francine Widjojo juga ikut mengawal kasus penggal dan cincang tubuh kucing di Medan (Nanda Lusiana Saputri, Tribunnews.com, 2021), dan terakhir Francine Widjojo juga membantu *polemic* kasus kematian seekor Anjing saat sedang di petshop di Kota Depok (Juliansyah, 2023). Rekam jejak tersebut dapat memberikan kesempatan besar bagi Francine untuk memperkuat branding Francine sebagai seseorang yang dekat dengan kesejahteraan hewan. Kampanye Francine yang berfokus kepada memberikan bantuan makanan, sterilisasi, dan vaksin rabies pada hewan, membuat kampanye tersebut indentik dengan sosok Francine Widjojo pada Pemilihan Legislatif DPRD DKI Jakarta 2024.

Aktivitasnya lain Francine Widjojo sebagai kader dan anggota PSI, Francine Widjojo juga berperan dalam tim kemenangan pasangan Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka pada Pemilu Presiden 2024 (Hidayat, 2023). Keterlibatan ini menunjukkan bahwa Francine Widjojo tidak hanya berfokus pada politik lokal, tetapi juga mampu berkontribusi di ranah politik nasional. Sebagai Wakil Komandan Hukum dan Advokasi tim kemenangan Prabowo-Gibran (Hidayat, 2023), ia turut dan kerap ikut menyusun strategi kampanye untuk menarik dukungan dari pemilih yang peduli terhadap isu-isu sosial lingkungan seperti hewan (Wawancara Revi, Tim Kemenangan, PSI, 23 Januari 2025). Keterlibatan dalam kampanye nasional ini memberikan eksposur politik yang lebih luas bagi Francine Widjojo. Dengan berpartisipasi dalam kampanye

Prabowo-Gibran, ia memperluas jaringannya di kalangan politisi nasional dan mendapatkan akses ke sumber daya lebih besar untuk mendukung kampanye pribadinya.

Gambar 1.3 Kegiatan Kampanye Francine Widjojo Sebagai Bagian TKN Prabowo Gibran



Sumber: Akun Instagram @francinewidjojo (2024)

Francine Widjojo membuat dirinya dikenal sebagai sosok yang aktif dalam berbagai kegiatan social, beliau pun merupakan pegiat komunitas social pecinta hewan yaitu #JakartaRamahHewan (Wawancara Revi, Tim Pemenangan, PSI, 23 Januari 2025). Program-program yang dihadirkan oleh Francine Widjojo selama kampanye terbilang “fresh” dikalangan Masyarakat umum, belum banyak calon legislatif yang menjadikan kegiatan ramah kepada hewan sebagai bentuk utama dalam kampanye mereka, dengan pendekatan yang lebih inovatif tidak hanya berfokus pada pembagian bantuan sosial atau pemasangan banner yang konvensional, tetapi menggunakan alternatif baru seperti bantuan makanan dan sterilisasi terhadap hewan, pemasangan banner yang unik dengan menonjolkan kedekatan Francine dengan hewan yaitu kucing. Francine Widjojo dapat mendulang suara secara luar biasa mengingat jika melihat dari pesaing sesama PSI di DPRD DKI Jakarta Dapil 7 caleg yang menjadi representative

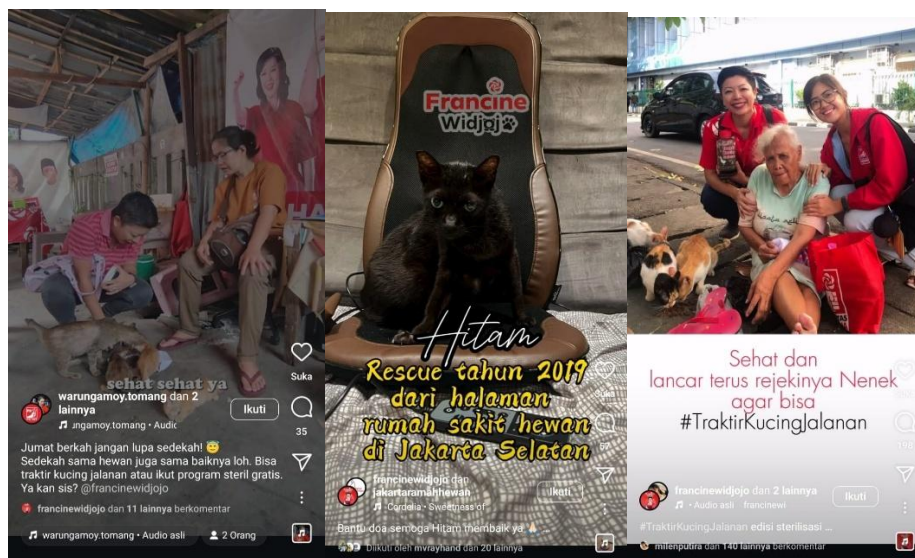
PSI yaitu “anak muda” seperti Belmondo Scorpio dan Alya Dhia Shafira sangat berbeda dalam segi perolehan suara.

Francine Widjojo menjadikan kegiatan pemeliharaan hewan liar sebagai program utama dalam melakukan rangkaian kegiatan kampanye. Terdapat tiga program kegiatan utama kampanye Francine Widjojo yaitu, #JakartaRamahHewan, Traktir Kucing Jalanan, dan Resque Makmur Bahagia yang menjadi tiga program unggulan yang kerap dilakukan oleh Francine Widjojo dalam berinteraksi dan menjangkau konstituennya (Wawancara Revi, Tim Pemenangan, PSI, 23 Januari 2025). Tiga program ini dimaksimalkan dengan cara branding di social media yang dilakukan secara rutin, hal ini ditunjang dengan tagar #JakartaRamahHewan yang diangkat oleh Francine Widjojo dalam melakukan kampanye. Melalui tagar dan gerakan #JakartaRamahHewan Francine Widjojo aktif dalam salah satu platform social media yaitu Instagram, dengan jumlah followers/pengikut sebanyak 1.441 followers/pengikut, dan melalui akun social media @JakartaRamahHewan ini juga Francine Widjojo menjalin komunikasi dan kolaborasi dengan beberapa kelompok pecinta hewan seperti, WonderWOWmen, Peduli Kucing, Mamapus, dan lain-lain. Melalui kolaborasi dengan beberapa komunitas pecinta hewan tersebut keberadaan Francine Widjojo semakin terlihat dimata para konstituen (Wawancara Revi, Tim Pemenangan, PSI, 23 Januari 2025).

Francine Widjojo dalam melakukan kegiatan kampanye kerap melakukan kolaborasi dengan aktor atau kelompok yang memang memiliki kecintaan dan kepedulian yang sama terhadap hewan. Sebagai contoh Francine Widjojo melaksanakan program “Traktir Kucing Jalanan” di wilayah “Warung Amoy”, di tempat warung amoy memang diketahui sangat peduli terhadap kucing liar. Selain itu Francine Widjojo juga membantu seseorang yang biasa disebut sebagai “Nenek Sri” yang kerap memberi makan kucing liar secara sukarela. Jalannya program “Traktir Kucing Jalanan” ini dalam masa kampanye nya Francine Widjojo juga didampingi dengan jalannya program “Resque Makmur Bahagia”, yang menjadi *concern* Francine Widjojo dalam melakukan pengobatan pada hewan yang memang terluka, sterilisasi

pada hewan termasuk ke focus jalannya program ini. Pada program “Resque Makmur Bahagia” disediakan google form sebagai wadah pengaduan jika terdapat kucing liar terlantar dan permohonan bagi masyarakat jika menginginkan kucing mereka di sterilisasi (Wawancara Revi, Tim Pemenangan, PSI, 23 2Januari 2025).

Gambar 1. 4
Kampanye Francine Widjojo saat terjun ke masyarakat



Sumber: Akun Instagram @francinewidjojo (2024)

Selama masa kampanye Francine Widjojo dan tim kampanye sangat mengoptimalkan media social. Instagram menjadi media social utama yang menjadi senjata utama Francine Widjojo dan tim melakukan publikasi dan menjalankan strategi marketingnya. Bagi Francine Widjojo dan tim mengoptimalkan social media sebagai media kampanye sangat berdampak positif bagi rencana dan strategi yang sudah direncanakan (Wawancara Revi, Tim Pemenangan, PSI, 23 Januari 2025). Respon dari para konstuien semakin menguatkan personal branding Francine Widjojo sebagai Calon Legislatif dengan kecintaan dan kepedulian terhadap hewan serta membangun jaringan relasi yang luas dengan kelompok-kelompok pecinta hewan.

Kehadiran Francine Widjojo dalam Pemilu DPRD DKI Jakarta 2024 sangat menarik untuk di analisa karena dengan berlatar belakang bidang hukum dengan sudah

memiliki banyak pengalaman dan rekam jejak yang menarik, beliau mencari marketing yang unik untuk menarik lebih banyak konstituen nya. Isu hewan dan lingkungan juga terbilang cukup minim untuk dibahas, dengan masih banyak masyarakat yang awam dalam melihat isu ini dijadikan marketing politik.

1.2. Rumusan Masalah

Keberhasilan Francine Widjojo menjadi anggota DPRD DKI Jakarta tidak terlepas dari kampanye politik yang dilakukan melalui kampanye politik pecinta Hewan. Kampanye politik ini dilakukan melalui dua penerapan strategi yang efektif melalui strategi konvensional dan digital secara massive. Strategi konvensional ini diterapkan seperti melakukan pemberian makan kucing liar secara rutin setiap hari di sekitaran Jakarta Selatan, pemberian bantuan untuk masyarakat dalam melakukan sterilisasi kepada kucing dan anjing, kolaborasi dengan kelompok pecinta hewan dalam melakukan kegiatan sosial yang bertemakan kehewanatan ataupun melakukan kolaborasi dengan stakeholder untuk membuat sebuah kebijakan yang pro hewan.

Dalam strategi digital atau media Francine Widjojo rutin melakukan dokumentasi dan uploading di social media untuk membuat citra Francine Widjojo yang dekat dengan isu hewan tersampaikan kepada masyarakat melalui social media seperti Instagram dan Tiktok. Strategi melalui digital atau media social ini terbukti ampuh dalam memperkenalkan citra Francine Widjojo kepada para anak muda. Dengan pembuatan konten yang kreatif dan inovatif seperti caption yang unik serta penentuan thumbnail video yang menarik menjadi factor penguat strategi digital dari Francine Widjojo dan tim.

Berdasarkan deskripsi permasalahan tersebut, pertanyaan peneliti nya adalah:

1. Bagaimana strategi kampanye politik Francine Widjojo melalui Kepedulian Terhadap Kucing pada pemilu legislatif DPRD DKI Jakarta Tahun 2024?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan pada penelitian ini, maka akan diberikan batasan masalah dengan tujuan untuk memfokuskan tulisan pada persoalan-

persoalan yang ingin dijawab. Penelitian ini menekankan pada strategi kampanye politik calon legislatif dalam Kontestasi Pemilu Legislatif 2024 di DKI Jakarta.

1.4. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Praktis

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman baru terkait bagaimana strategi marketing politik Francine Widjojo pada Pemilu Legislatif DPRD DKI Jakarta 2024 yang lebih fresh dengan melakukan pendekatan kampanye karena kepedulian dengan kucing dan bagaimana strategi marketing politik tersebut dapat mendongkrak suara Francine Widjojo dalam memenangkan di Pemilu Legislatif DPRD DKI Jakarta 2024.

2. Tujuan Teoritis

Dalam lingkup teoritis penelitian ini bertujuan memberikan kontribusi keilmuan khususnya kajian literatur mengenai strategi marketing politik yang dilihat dari aspek kontestasi calon anggota legislatif dalam Pemilu 2024. Teori marketing politik dalam penerapannya sebagai suatu strategi yang dapat digunakan untuk mencapai kemenangan dalam sebuah kontestasi pemilu legislatif. Selain itu, penelitian ini dapat menambah kekayaan kajian ilmiah bagi peneliti selanjutnya yang tertarik pada isu-isu kepemiluan.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat Penelitian ini diharapkan melalui penelitian ini dapat memberikan pemahaman atau referensi baru kepada para actor politik, partai politik, dan masyarakat yang tertarik kepada politik. Melalui penelitian ini juga diharapkan memberikan wawasan baru terkait strategi marketing politik dan dapat dijadikan perbandingan untuk dimasa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Manfaat dari penelitian ini secara praktik kedepannya akan dijadikan bahan informasi bagi mahasiswa untuk mempelajari strategi marketing politik dari calon anggota ataupun kandidat di Pemilihan Legislatif.

1.6. Sistematika Peneletian

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan latar belakang permasalahan dengan focus kepada latar belakang PSI serta Francine Widjojo sesaat sebelum mengikuti Pemilu Legislatif DPRD DKI Jakarta serta menjelaskan beberapa contoh strategi marketing politik dari Francine Widjojo, lalu rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II TINJAU PUSTAKA

Pada bab ini penelitian menguraikan kerangka teori dan menjeleaskan lebih lanjut secara detail melalui studi pustaka, serta memberikan point konsep dan teori untuk menunjang penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan metode penelitian yang akan digunakan terdiri dari objek penelitian, jenis penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, sumber data, teknik analisis data, serta waktu penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan penjelasan terkait Gambaran umum daerah pemilihan, ptofil Francine Widjojo, analisis strategi marketing politik Francine Widjojo seperti alasan utama mengapa memilih strategi tersebut, analisa faktor-faktor tantangan dan hambatan selama penerapan strategi kampanye, strategi kolaborasi dengan kelompok/organisasi pecinta hewan, serta respon dan dukungan dari masyarakat selaku konstituen pada dapil 7 Jakarta Selatan sehingga mendukung Francine Widjojo pada pemilu legislatif DPRD DKI Jakarta tahun 2024.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini, penulis akan menyajikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan tersebut akan didukung oleh argumen yang disampaikan oleh

penulis dengan menyediakan analisis dari studi kasus yang telah diteliti sesuai dengan topik penelitian. Dalam argumen yang telah tertuang, penulis juga akan memberikan saran sebagai upaya pemecahan masalah penelitian.