

Strategi Kampanye Digital dan Mobilisasi Elektoral Pramono Anung dalam Pilkada DKI Jakarta Tahun 2024

FADJRIA LARASHATI

ABSTRAK

Pemilihan kepala daerah merupakan wujud dari demokrasi yang ditegakkan di Indonesia. Momen kampanye tidak dapat terlepas dari Pilkada karena saat itulah para calon kepala daerah menunjukkan diri menggunakan strategi yang efektif untuk memenangkan suara rakyat. Pasangan calon gubernur di era digital saat ini tidak dapat lagi hanya mengandalkan kampanye tradisional, tetapi penggunaan teknologi digital dan media sosial menjadi salah satu strategi utama dalam kampanye politik. Salah satunya adalah Gubernur Jakarta terpilih yaitu Pramono Anung yang menggunakan media digital selama masa kampanye hingga mampu menarik perhatian terutama pengguna Instagram dengan konten visual elegan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi kampanye digital yang dilakukan oleh Pramono Anung sehingga dapat menarik minat pemilih dan memenangkan Pilkada DKI Jakarta Tahun 2024. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Data penelitian ini didapatkan melalui observasi, wawancara, dan dokumen-dokumen yang terkait dengan topik penelitian. Wawancara dilakukan kepada delapan orang yang terlibat saat masa kampanye. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan exposure selama masa kampanye menggunakan strategi konten visual dan naratif membuat tokoh tidak terkesan kaku dan memiliki kesan natural. Strategi dalam membangun engagement dilakukan dengan bentuk resonansi karena sesuai dengan kondisi Jakarta yang Heterogran. Tidak kalah penting juga faktor kemampuan *influence* dan juga action yang dilakukan mampu membawa Pramono semakin dikenal luas. Kesimpulan pada penelitian ini adalah strategi dalam kampanye digital dinyatakan berhasil dengan bukti bahwa kemenangan Pilkada DKI Jakarta Tahun 2024 dimenangkan oleh Pramono Anung.

Kata kunci: kampanye digital, konten, media sosial, pilkada, strategi.

***Digital Campaign Strategy and Electoral Mobilization of Pramono Anung in
the 2024 Jakarta Gubernatorial Election***

FADJRIA LARASHATI

ABSTRACT

Regional head elections are a manifestation of democracy in Indonesia. The campaign period is an integral part of these elections, as it is during this time that candidates showcase themselves using effective strategies to win the public's vote. In today's digital age, gubernatorial candidates can no longer rely solely on traditional campaigning; instead, the use of digital technology and social media has become one of the key strategies in political campaigns. One such example is Jakarta's governor-elect, Pramono Anung, who utilized digital media throughout his campaign to capture the attention of Instagram users in particular with his elegant visual content. The objective of this study is to identify the digital campaign strategies employed by Pramono Anung that successfully attracted voters and led to his victory in the 2024 Jakarta Regional Election. The research method used was descriptive qualitative. Research data were obtained through observation, interviews, and documents related to the research topic. Interviews were conducted with eight individuals involved during the campaign period. The research findings show that increased exposure during the campaign period, achieved through visual and narrative content strategies, made the candidate appear less rigid and more natural. The strategy for building engagement was based on creating resonance, as this aligned with Jakarta's heterogeneous population. Equally important were the candidate's influence and the actions taken, which helped Pramono gain wider recognition. The conclusion of this study is that the digital campaign strategy was successful, as evidenced by Pramono Anung's victory in the 2024 Jakarta gubernatorial election.

Keywords: content, digital campaign, gubernatorial election, social media, strategy.