

BAB II

GAMBARAN UMUM

2.1 Gambaran Umum Pemilu 2024

Pemilihan Umum yang selanjutnya disebut Pemilu merupakan sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat untuk memilih Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Anggota Dewan Perwakilan Daerah, Presiden dan Wakil Presiden dan untuk memilih Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. (UU Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum)

Pemilihan Presiden yang selanjutnya disebut Pilpres menjadi peristiwa demokratis bersejarah pada tahun 2024, ini menandai transisi kepemimpinan dari era Joko Widodo setelah dua periode jabatan. Proses pemilihan ini diselenggarakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU). Pilpres 2024 ini membawa berbagai isu strategis yang menjadi fokus kampanye, mulai dari kemandirian ekonomi, pengembangan infrastruktur, pemerataan pembangunan, hingga penguatan identitas nasional dalam lanskap global. Pada Pemilu 2024 ini sedikit berbeda dibanding pemilu sebelumnya, yaitu dilaksanakan secara serentak dengan menggunakan lima surat suara sekaligus. Pada Pemilu kali ini melibatkan tiga kandidat pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden, yaitu: Anies Baswedan – Muhaimin Iskandar, Prabowo Subianto – Gibran Rakabuming Raka, Ganjar Pranowo – Mahfud MD.

Pemilihan Presiden dilakukan dengan sistem *two round* (jika tidak ada yang meraih 50%+ 1 Suara). Untuk menarik suara masyarakat, KPU sudah menetapkan ketentuan-ketentuan pelaksanaan kampanye, fase ini sangat penting dalam proses demokrasi, dimana pasangan calon presiden dan wakil presiden akan berusaha meyakinkan rakyat untuk memilih mereka. Hasil dari pemilihan presiden 2024 ini akan sangat menentukan arah kebijakan dan pengembangan Indonesia dalam menghadapi tantangan domestic dan global selama lima tahun kedepan.

2.1.1 Data Pemilih Tetap Pilpres 2024

Pemilihan Presiden Indonesia 2024 mencatat rekor historis dalam hal jumlah Daftar Pemilih Tetap (DPT) yang terdaftar, mencerminkan perkembangan demografis dan partisipasi politik masyarakat yang semakin matang. Berdasarkan data yang ditetapkan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU), jumlah pemilih terdaftar melampaui 203 juta orang, yang tersebar di 38 provinsi dan 514 kabupaten/kota dan 820.161 TPS di seluruh Indonesia serta luar negeri. Komposisi pemilih menunjukkan keragaman demografis yang menarik, dengan dominasi kelompok usia produktif, khususnya generasi milenial dan Generasi Z yang bersama-sama membentuk lebih dari 50% total pemilih.

Distribusi gender relatif seimbang dengan persentase pemilih perempuan sedikit lebih tinggi pada 50,2% dibandingkan pemilih laki-laki. Persebaran geografis pemilih menunjukkan konsentrasi tertinggi berada di Pulau Jawa yang mencakup hampir 60% dari total DPT nasional, dengan Provinsi Jawa Barat menduduki peringkat tertinggi diikuti oleh Jawa Timur

dan Jawa Tengah. Sementara itu, wilayah Indonesia Timur seperti Papua, Papua Barat, dan Maluku memiliki jumlah pemilih yang relatif lebih rendah namun mengalami peningkatan signifikan dibandingkan pemilu sebelumnya.

Berdasarkan data dari opendata.kpu.go.id jumlah DPT dari setiap provinsi di Indonesia sebagai berikut.

Tabel 2.1
Jumlah Daftar Pemilih Tetap Pemilu 2024

No	Provinsi	Jumlah DPT
1	Aceh	3,742,037
2	Sumatera Utara	10,853,940
3	Sumatera Barat	4,088,606
4	Riau	4,732,174
5	Jambi	2,676,107
6	Sumatera Selatan	6,326,348
7	Bengkulu	1,494,828
8	Lampung	6,539,128
9	Kepulauan Bangka Belitung	1,067,434
10	Kepulauan Riau	1,500,974
11	DKI Jakarta	8,252,897
12	Jawa Barat	35,714,901
13	Jawa Tengah	28,289,413
14	DIY Yogyakarta	2,870,974
15	Jawa Timur	31,402,838
16	Banten	8,842,646
17	Bali	3,269,516
18	Nusa Tenggara Barat	3,918,291
19	Nusa Tenggara Timur	4,008,475
20	Kalimantan Barat	3,958,561
21	Kalimantan Tengah	1,935,116
22	Kalimantan Selatan	3,025,220
23	Kalimantan Timur	2,778,644
24	Kalimantan Utara	504,252
25	Sulawesi Utara	1,969,603
26	Sulawesi Tengah	2,236,703
27	Sulawesi Selatan	6,670,582
28	Sulawesi Tenggara	1,867,931
29	Gorontalo	881,206

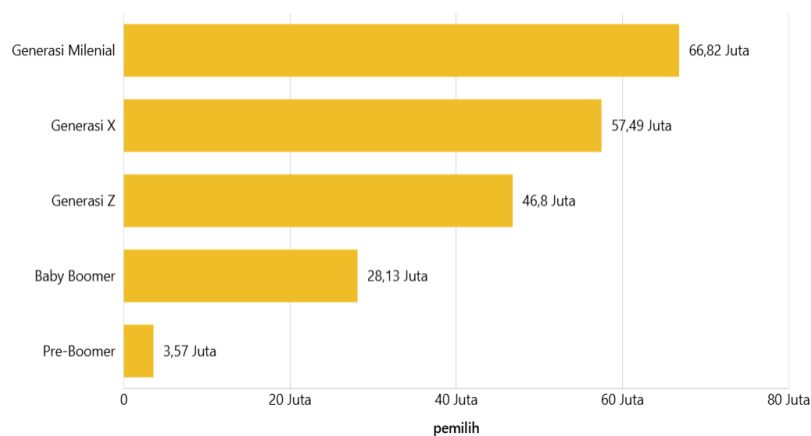
No.	Provinsi	Jumlah DPT
30	Sulawesi Barat	985,760
31	Maluku	1,341,012
32	Maluku Utara	953,978
33	Papua	727,835
34	Papua Barat	385,465
35	Papua Selatan	367,269
36	Papua Tengah	1,128,844
37	Papua Pegunungan	1,306,414
38	Papua Barat Daya	440,826
	Jumlah	203,056,748

Sumber: <https://opendata.kpu.go.id/>, 2023

Fenomena penting lainnya adalah pertumbuhan jumlah pemilih pemula yang mencapai sekitar 17 juta orang, yang merepresentasikan 8,3% dari total DPT dan berpotensi menjadi swing voters yang dapat mempengaruhi hasil akhir pemilihan. DPT Pilpres 2024 juga mencatat peningkatan jumlah pemilih di luar negeri yang tersebar di 130 negara dengan total mencapai lebih dari 3,2 juta orang, menandakan semakin pentingnya suara diaspora Indonesia dalam kontestasi politik nasional. (Data KPU 2023)

Gambar 2.1

Grafik DPT Berdasarkan Generasi Nasional



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>, 2023

Analisis terhadap data Daftar Pemilih Tetap (DPT) berdasarkan pengelompokan generasi menunjukkan dinamika demografis yang menarik dalam lanskap elektoral saat ini. Komposisi pemilih yang terbagi dalam berbagai kelompok generasi, mulai dari Baby Boomers, Generasi X, Milenial, hingga Generasi Z, mencerminkan pergeseran struktur demografi pemilih yang signifikan. Pemilih pemula pada pilpres kali ini didominasi oleh Generasi Z yang memiliki rentang usia 17-25 tahun serta anak di bawah 17 tahun yang sudah menikah. Mereka sangat melek digital, mengakses informasi politik melalui platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube. Generasi Z cenderung aktivis dalam isu-isu sosial seperti kesetaraan gender, inklusi sosial, dan keberlanjutan lingkungan. Mereka menuntut transparansi dan autentisitas dari para kandidat, serta kurang tertarik pada politik konvensional yang cenderung transaksional.

Distribusi pemilih berdasarkan generasi ini tidak hanya menggambarkan profil usia para pemilih, tetapi juga memberikan wawasan tentang potensi preferensi politik dan perilaku memilih yang mungkin dipengaruhi oleh pengalaman hidup dan nilai-nilai yang berbeda pada setiap kelompok generasi. Data ini menjadi penting sebagai dasar untuk memahami bagaimana struktur demografis dapat memengaruhi hasil pemilihan dan strategi kampanye yang perlu dikembangkan untuk menjangkau setiap kelompok generasi secara efektif.

Keterlibatan aktif masyarakat dalam proses pemutakhiran data pemilih, yang dilakukan melalui sistem daring dan luring, berkontribusi

pada peningkatan akurasi data yang mencapai tingkat lebih dari 95%, meskipun masih terdapat tantangan berupa pemilih ganda dan penduduk yang belum terdata terutama di daerah terpencil. Keseluruhan data DPT Pilpres 2024 ini menjadi landasan penting bagi penyelenggaraan pemilu yang kredibel dan inklusif, serta menyediakan basis informasi berharga bagi kandidat dan partai politik dalam menyusun strategi kampanye yang terarah dan efektif sesuai karakteristik pemilih di berbagai daerah.

2.2 Gambaran Umum Kampanye Pilpres 2024

Kampanye Pemilihan Presiden Indonesia 2024 diwarnai dengan dinamika politik yang kompleks dan strategis dalam kontestasi elektoral terbesar di negara demokrasi ketiga terbesar di dunia. Periode kampanye resmi yang berlangsung selama 75 hari sejak November 2023 hingga Februari 2024 menjadi panggung pertarungan tiga pasangan calon presiden dan wakil presiden yang masing-masing didukung oleh koalisi partai politik dengan beragam ideologi dan basis massa. Setiap pasangan calon mengusung visi pembangunan nasional yang berbeda-beda dengan penekanan pada aspek ekonomi, kesejahteraan sosial, kedaulatan pangan, transformasi digital, dan isu geopolitik. Kampanye pilpres kali ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemanfaatan media digital dan platform media sosial sebagai saluran komunikasi politik utama, dengan total belanja iklan digital yang diperkirakan mencapai Rp1,2 triliun, meningkat 60% dibandingkan pemilu sebelumnya.

Fenomena kampanye berbasis data (*data-driven campaign*) menjadi tren dominan di mana tim sukses masing-masing kandidat memanfaatkan analisis big

data untuk memetakan preferensi pemilih dan menyesuaikan narasi kampanye sesuai karakteristik demografi target pemilih. Debat capres-cawapres yang diselenggarakan sebanyak lima kali oleh KPU menjadi momen krusial yang mempengaruhi persepsi publik, dengan topik-topik utama meliputi hukum, ekonomi, pembangunan sosial, pertahanan keamanan, dan tata kelola pemerintahan. Polarisasi politik tampak semakin menguat terutama di media sosial, meskipun survei menunjukkan bahwa mayoritas pemilih lebih mengutamakan program kerja dibandingkan afiliasi identitas dalam menentukan pilihan.

Keterlibatan tokoh agama dan kelompok masyarakat sipil turut mewarnai dinamika kampanye dengan munculnya beragam deklarasi dukungan yang sering kali menuai kontroversi terkait netralitas institusi keagamaan. Pengawasan terhadap potensi praktik politik uang (*money politics*) menjadi perhatian serius Bawaslu dengan laporan pelanggaran yang teridentifikasi mencapai 214 kasus selama masa kampanye, meskipun hanya 35% yang berhasil ditindaklanjuti hingga proses hukum. Inovasi kampanye berbasis komunitas (*community-based campaign*) dengan pendekatan relawan dan jaringan akar rumput (*grassroots network*) menjadi strategi efektif dalam memobilisasi pemilih, terutama di kalangan pemilih muda dan pemula. Menjelang hari pemungutan suara, survei dari berbagai lembaga menunjukkan persaingan yang semakin ketat antar kandidat dengan selisih elektabilitas yang semakin tipis, mencerminkan meningkatnya kedewasaan demokrasi Indonesia di mana hasil pemilu semakin sulit diprediksi dan sangat bergantung pada strategi kampanye yang dijalankan hingga detik-detik terakhir.

Kampanye Pilpres 2024 ini memiliki tren yang berbeda dari kampanye pada pemilihan sebelumnya, pada pemilu kali ini banyak memanfaatkan *platform digital* sebagai sarana kampanye. Hal ini dipengaruhi dengan semakin berkembangnya zaman dan juga mayoritas pemilih pada pemilu kali ini di dominasi oleh kalangan muda atau pemilih pemula yang tentu saja banyak menggunakan sosial media. Selain itu, strategi *influencer* juga banyak digunakan, masing-masing paslon menggaet *influencer* yang sedang naik daun untuk menarik atensi masyarakat.

2.2.1 Transformasi Kampanye Digital dalam Pilpres 2024

Pemilihan Presiden Indonesia 2024 menandai titik balik fundamental dalam ekosistem kampanye politik nasional dengan dominasi strategi digital yang belum pernah terjadi sebelumnya. Penetrasi internet yang mencapai 73,7% dari total populasi Indonesia menjadi landasan bagi transformasi ini, di mana ketiga pasangan calon presiden mengalokasikan lebih dari 60% anggaran kampanye mereka untuk aktivitas digital, jauh melampaui porsi 35% pada pemilu 2019. (APJII, 2023)

Platform media sosial menjadi medan pertempuran utama dengan TikTok mencatat lonjakan penggunaan untuk konten politik sebesar 215% dibandingkan periode pemilu sebelumnya, menggeser dominasi Facebook dan Instagram yang sebelumnya menjadi kanal utama kampanye digital. (Nielsen Ad Intelligence, 2024) Fenomena "*war room digital*" menjadi strategi standar di mana setiap tim sukses membentuk unit khusus beranggotakan puluhan hingga ratusan pakar digital marketing, analis data, dan kreator konten yang bekerja 24 jam untuk merespon isu, memonitor

percakapan online, dan menghasilkan konten viral yang dapat menjangkau berbagai segmen pemilih. Pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan (AI) dan machine learning untuk personalisasi pesan kampanye menjadi inovasi signifikan, di mana algoritma canggih digunakan untuk menganalisis pola perilaku online pemilih dan menyajikan konten kampanye yang sesuai dengan preferensi individual berdasarkan riwayat penelusuran, lokasi geografis, dan karakteristik demografis. (McKinsey Indonesia, 2024)

Data dari *Center for Digital Society* UGM (2024) menunjukkan bahwa kampanye mikrotargeting melalui WhatsApp Grup dan chat messenger menjadi strategi efektif untuk menjangkau pemilih di daerah sub-urban dan rural, dengan tingkat engagement mencapai 78% dibandingkan hanya 45% melalui platform media sosial terbuka. Keterlibatan influencer politik (*political influencer*) mengalami metamorfosis dengan munculnya "*nano-influencer*" yang memiliki pengikut lebih sedikit (3.000-10.000) namun dengan tingkat kepercayaan dan engagement yang jauh lebih tinggi dibandingkan selebriti atau tokoh publik dengan jutaan pengikut, menciptakan model kampanye berbasis rekomendasi autentik yang lebih dipercaya pemilih. (Maverick Indonesia, 2024) Platform podcast politik mencatat pertumbuhan pendengar hingga 320% selama masa kampanye, menjadi medium baru bagi diskusi politik substantif yang lebih mendalam dan bernuansa dibandingkan interaksi di media sosial yang cenderung superfisial dan polaristik. (Spotify Indonesia & Jakpat Research, 2024)

Transformasi kampanye digital ini bukan hanya mengubah lanskap komunikasi politik Indonesia, tetapi juga menciptakan paradigma baru tentang bagaimana demokrasi beroperasi di era digital. Ketika batas antara ruang digital fisik semakin kabur, tantangan bagi penyelenggara pemilu dan masyarakat sipil adalah memastikan bahwa inovasi teknologi kampanye tetap berjalan selaras dengan prinsip-prinsip demokrasi substantif yang menjunjung tinggi kualitas diskursus publik, kesetaraan akses informasi, dan integritas proses electoral. (Jakarta: Dewan Pers, 2024)

2.3 Tim Pemenangan Masing-Masing Paslon

Seiring dengan transformasi kampanye digital yang mendominasi kontestasi Pilpres 2024, fenomena menarik lainnya yang menandai evolusi lanskap politik Indonesia adalah munculnya juru bicara muda yang menjadi ujung tombak komunikasi setiap pasangan calon. Mereka tidak hanya berperan sebagai penyampai pesan politik, tetapi juga menjadi jembatan penghubung antara visi kandidat presiden dengan aspirasi generasi milenial dan Gen Z yang merepresentasikan lebih dari 50% total pemilih.

Sosok-sosok muda ini membawa energi baru, gaya komunikasi kontemporer, dan pemahaman mendalam tentang isu-isu yang resonan dengan pemilih muda, menjadikan mereka aset strategis dalam ekosistem kampanye yang semakin terdigitalisasi. Komposisi juru bicara muda dari ketiga pasangan calon mencerminkan keragaman latar belakang dan keahlian, mulai dari aktivis gerakan sosial, profesional teknologi, akademisi, hingga pengusaha rintisan digital yang secara kolektif mendemonstrasikan bagaimana generasi baru pemimpin Indonesia

mengambil peran sentral dalam membentuk narasi politik nasional. Mereka merupakan orang-orang terpilih yang dipercaya mampu membawa banyak suara untuk memenangkan kontestasi pilpres pada tahun 2024 ini.

Tim pemenangan Anies – Muhaimin biasa disebut dengan Timnas Amin memiliki struktur sebagai berikut:

- Captain: Marsekal Madya TNI (Purn) Muhammad Syaugi Alaydrus
- Co-captain 1: Sudirman Said
- Co-captain 2: Thomas Trikasih Lembong
- Co-captain 3: Al Muzzammil Yusuf
- Co-captain 4: Nihayatul Wafiroh
- Co-captain 5: Azrul Tanjung
- Co-captain 6: Nasirul Mahasin
- Co-captain 7: Leontinys Alpha Edison
- Co-captain 8: Yusuf Muhammad Martak
- Co-captain 9: Ki KRT H Lebdo Nagoro Anom Suroto (KI Anom Suroto)
- Co-captain 10: Muhammad Jumhur Hidayat
- Co-captain 11: Maksum Faqih
- Co-captain 12: Suyoto
- Sekretaris Jenderal: Novita Dewi
- Bendahara: Gede Widiade
- Tim Hukum Nasional: Ari Yusuf Amir

Tim pemenangan Prabowo – Gibran yang disebut Tim Kemenangan Nasional memiliki struktur yang cukup kompleks dengan rincian sebagai berikut:

- Ketua Umum: Rosan Perkasa Roeslani
- Wakil Ketua:
 1. Ahmad Muzani
 2. Lodewijk F Paulus
 3. Teuku Riefky Harsya
 4. Eddy Soeparno
 5. Mahfudz Siddiq
 6. Afriansyah Noor
 7. Raja Juli Antoni
 8. Yohanna Murtika
 9. Dominggus Oktavianus
 10. Komjen Pol Purn Ari Dono Sukmanto
 11. Komjen Pol Purn Condrokirono
 12. Juri Ardiantoro
 13. Arifah Choiri Fauzi

14. Erwin Aksa
 15. Wishnu Wardhana
 16. Fauzan
 17. Akbar Himawan Buchari
 18. Ali Masykur Musa
 19. Panel Barus
 20. Utje Gustaaf Patty
 21. Sylvester Matutina
 22. Grace Natalie
- Sekretaris: Nusron Wahid
 - Bendahara: Tomas A. Muliatna Djiwandono
 - Komandan Alpha (Teritorial): Ahmad Doli Kurnia Tanjung
 - Komandan Charlie (Penggalangan): Yandri Susanto
 - Komandan Delta (Supporting): Irjen Pol Purn Yovianes Mahar
 - Komandan Echo (Hukum dan Advokasi): Hince Pandjaitan
 - Komandan Fanta (Pemilih Muda): M Arief Rosyid Hasan
 - Komandan Golf (Relawan): Haris Rusly Moti

Kubu Ganjar – Mahfud MD memiliki tim pemenangan yang disebut Tim Pemenangan Nasional (TPN) dan Tim Pemenangan Muda (TPM) yang memiliki struktur sebagai berikut:

- Ketua TPN: Arsjad Rasjid
- Wakil Ketua TPN:
 1. Jenderal TNI (Purn) Andika Perkasa
 2. Komjen Pol (Purn) Gatot Eddy Pramono
 3. Laksamana Madya TNI (Purn) Desi Albert Mamahit
 4. Marsekal Madya TNI (Purn) Tatang Harlyansyah
 5. Letjen TNI (Purn) Joni Supriyanto
 6. TGB M Zainul Majdi
 7. Bagas Adhadirga
 8. Mustar Bona Ventura
 9. Rambun Tjajo
 10. Eko Sulistyono
 11. Nita Yudi
 12. Ahmad Basarah
 13. Usman M Tokan
 14. Benny Rhamdani
 15. Angela Tanoesoedibjo
 16. Ammarsjah Andi Gani Nena Wea
- Sekretaris Eksekutif: Heru Dewanto
- Sekretaris TPN: Hasto Kristiyanto
- Bendahara Umum: Orlas Petrus Moedak
- Kepala Staff Pimpinan TPN: Regi Wahyu

- Ketua TPM: Dharmaji Suradika
- Deputi Politik 5.0: Andi Widjajanto
- Deputi Operasi 247: Denon Prawiraarmadja
- Deputi Komunikasi 360: Prabu Revolusi
- Deputi Hukum: Todung Mulya Lubis
- Ketua Dewan Pakar: Sandiaga Uno
- Dewan Penasihat: Puan Maharani dan Yenny Wahid

Dalam penelitian ini peneliti akan mewawancarai salah satu juru bicara dari masing-masing pasangan calon diantaranya adalah:

1. Juru Bicara Muda Pasangan Calon Anies-Muhaimin

Gambar 2.2

Foto Juru Bicara Anies – Muhaimin, Naufal Ramadhan



Salah satu jubir muda dari kubu Anies-Muhaimin ialah Naufal Ramadhan, merupakan mahasiswa Universitas Diponegoro jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2019. Ia merupakan seorang pengusaha dan penggemar politik. Pengalamannya diluar politik pernah menjadi Fotografer Profesional di klub sepakbola Persija Jakarta serta PSSI pada tahun 2017-2018, selain itu ia juga memiliki pengalaman dalam bidang Public Relation di Komisi C DPRD Provinsi Jawa Tengah. Pada pemilu 2024 ia tergabung dalam beberapa Tim Pemenangan Anies-Muhaimin diantaranya adalah: Deputi Pekerja Kreatif, Tim Pemenangan Milenial Jawa Tengah, Communication Specialist, dan Event Specialist Amin Muda. Setelah pilpres ia juga tergabung dalam Tim Pemenangan Milenial dan Event Specialist Pilgub Jateng Ahmad Luthfi-Taj Yasin.

2. Juru Bicara Muda Pasangan Calon Prabowo-Gibran

Gambar 2.3

Foto Juru Bicara Prabowo – Gibran, Niha Nihaya



Dari kubu Prabowo-Gibran, terdapat salah satu figur muda yang cukup aktif yaitu Niha Nihaya, merupakan mahasiswa Universitas Trisakti jurusan Sistem Informasi Angkatan 2017. Ia saat ini menjabat sebagai bagian dari Tim Analisis Staf Khusus Menteri ESDM. Dalam keorganisasian Niha pernah menjabat sebagai Wakil Presiden Mahasiswa Universitas Trisakti (2021-2022), Menteri Ekonomi Kreatif (2019-2020), dan Ketua HMI Komisariat Universitas Trisakti (2022-2023). Ia juga memiliki beberapa pengalaman kerja meliputi posisi Web Developer di OKE OCE Indonesia, Technical Writer di Astra Indonesia, hingga staf Public and Communication di IKATRISAKTI. Ia juga aktif sebagai staf PMO di HIPMI BPP Banom IPO & Pasar Modal serta salah satu pendiri Gerakan Perempuan Muda Jakarta Menyala “GEMALA”. Pada pemilu 2024 ia tergabung dalam TKS Penerus Negeri Prabowo-Gibran.

3. Juru Bicara Muda Pasangan Calon Ganjar-Mahfud

Gambar 2.4

Foto Juru Bicara Ganjar – Mahfud, Ichwan Nugraha Budjang



Salah satu tokoh muda dari kubu Ganjar-Mahfud ialah Ichwan Nugraha Budjang, merupakan mahasiswa Universitas Diponegoro jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2019. Ichwan dikenal sebagai seorang visioner, analis politik, dan pengusaha yang aktif di berbagai Gerakan pemuda dan organisasi. Pengalamannya diluar politik meliputi Co-Founder Merintis Indonesia, Founder Tadulako Youth Movement, Owner Kedai Nusantara, dan Peneliti serta Analis di Dream Maker Corp. Selain itu, ia aktif dalam organisasi mahasiswa seperti Presiden BEM Undip 2022 dan Koordinator Isu Politik dan Demokrasi di Aliansi BEM Seluruh Indonesia. Di dunia politik, ia berpengalaman sebagai Konsultan Komunikasi Politik Digital, Supervisor Komunikasi Politik, Pembicara di berbagai forum seperti; Garuda TV, CNN Indonesia, dan Kompas TV. Pada pemilu 2024 ia tergabung dalam beberapa Tim Pemenangan Ganjar-Mahfud, diantaranya adalah: Koordinator Tim Pemenangan Muda (TPM) Jawa Tengah, Koordinator Relawan Muda Ganjar-Mahfud, Tim Pemenangan Nasional Ganjar-Mahfud, dan Anggota Deputy Operasi 247 Ganjar-Mahfud. Dengan kombinasi keahlian di komunikasi politik, analisis kebijakan, dan kepemimpinan pemuda, Ichwan Nugraha Budjang merupakan figure muda yang berpengaruh dalam dinamika sosial-politik Indonesia.

Profil ketiga jubir muda yang menonjol dari masing-masing pasangan calon berikut ini memberikan gambaran tentang bagaimana representasi generasi muda tidak lagi sekadar simbolis, melainkan substantif dalam mengartikulasikan platform politik dan menjangkau segmen demografis yang krusial bagi kemenangan elektoral. Dengan latar belakang yang beragam, mulai dari aktivis, wirauusaha, hingga keahlian dibidang komunikasi strategis, mereka membawa perspektif segar dan energi progresif dalam mendorong visi pasangan calon yang mereka dukung. Peran mereka tidak hanya terbatas pada kampanye, tetapi juga mencerminkan semangat kolaborasi antargenerasi untuk membawa Indonesia menuju masa depan yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Kehadiran mereka menjadi inspirasi bagi pemuda Indonesia untuk terus berkontribusi positif, baik di ranah politik maupun pembangunan sosial.