

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kampanye politik merupakan elemen kunci dalam demokrasi elektoral karena menjadi medium utama komunikasi antara kandidat dan pemilih. Kampanye tidak hanya berfungsi sebagai sarana persuasi menjelang pemilu, tetapi juga sebagai proses strategis untuk membangun agenda, citra, serta relasi antara aktor politik dan masyarakat. Dalam perkembangan demokrasi modern, kampanye semakin dituntut untuk bersifat dialogis, partisipatif, dan responsif terhadap aspirasi publik, seiring dengan meningkatnya peran media digital dalam kehidupan politik (Esser dkk., 2020).

Selain berperan sebagai alat persuasi, kampanye politik juga merupakan produk dari proses strategis yang kompleks, di mana aktor politik perlu merumuskan, mengeksekusi, dan mengevaluasi serangkaian keputusan yang saling terkait untuk mencapai tujuan elektoral. Formulasi strategi dalam konteks kampanye mencakup beberapa elemen kunci: identifikasi target audiens, penetapan pesan inti yang relevan dengan kebutuhan dan kekhawatiran pemilih, pemilihan saluran komunikasi yang efektif, serta alokasi sumber daya agar dampak kampanye dapat dimaksimalkan secara efisien (Esser dkk., 2020). Strategi kampanye tidak hanya berfokus pada penyampaian pesan, tetapi juga pada bagaimana pesan itu dibingkai, bagaimana relasi antara kandidat dan publik dibangun, serta bagaimana respons publik dievaluasi sebagai umpan balik untuk perbaikan tahap berikutnya (Gajardo, 2024).

Dalam demokrasi kontemporer, formulasi strategi kampanye kerap mengintegrasikan pendekatan komunikasi digital yang semakin dominan. Media digital memungkinkan segmentasi audiens yang lebih presisi dan interaksi dua arah yang lebih intens, sehingga kandidat dapat menyesuaikan pesan mereka berdasarkan respons real-time dari pemilih, serta memanfaatkan big data untuk memprediksi tren perilaku pemilih tertentu. Misalnya, kampanye digital yang dirancang untuk generasi muda menggabungkan konten visual dan naratif yang resonan dengan aspirasi mereka, sehingga tidak sekadar mempromosikan citra kandidat tetapi juga mendorong partisipasi aktif dalam proses demokrasi (Gajardo, 2024).

Selain itu, formulasi strategi kampanye melibatkan analisis konteks politik dan sosial, termasuk dinamika isu publik, kekuatan lawan politik, serta kondisi media massa dan media sosial yang berlaku. Keberhasilan strategi sangat bergantung pada kemampuan tim kampanye untuk membaca konteks ini secara akurat dan menyesuaikan taktiknya secara fleksibel, misalnya dengan mengadaptasi pesan atau memilih saluran komunikasi yang paling efektif sesuai dengan karakteristik pemilih yang menjadi target (Gajardo, 2024). Dengan demikian, kampanye politik bukan hanya sekadar kegiatan promosi sesaat, tetapi proses strategis yang bersifat berbasis data, adaptif, dan responsif terhadap aspirasi publik serta perkembangan media digital.

**Tabel 1. 1 Jumlah Pemilih Berdasarkan Generasi Pada Pemilu 2024**

<b>Nama Data</b>	<b>Nilai</b>
Generasi Milenial	66,82 Juta
Generasi X	57,49 Juta
Generasi Z	46,8 Juta
Baby Boomer	28,13 Juta
Pre-Boomer	28,13 Juta

Sumber: Katadata Insight Center (2023)

Perubahan lanskap komunikasi politik ini semakin relevan dalam konteks Pemilihan Presiden 2024 di Indonesia, yang ditandai oleh dominasi pemilih muda. Data Komisi Pemilihan Umum (KPU, 2023) menunjukkan bahwa lebih dari 55% pemilih berasal dari kelompok generasi milenial dan Gen Z, atau sekitar 113 juta pemilih. Kelompok ini memiliki karakteristik sebagai *digital natives*, kritis terhadap isu publik, serta cenderung menuntut transparansi, akuntabilitas, dan ruang partisipasi yang lebih besar dalam proses politik. Survei Indikator Politik Indonesia (2023) mencatat bahwa sekitar 87% pemilih muda memperoleh informasi politik melalui media sosial, sementara ketergantungan pada media konvensional relatif rendah. Kondisi ini menegaskan bahwa kampanye politik yang bersifat satu arah dan seremonial semakin kehilangan relevansinya bagi segmen pemilih muda.

Dengan dominasi pemilih muda tersebut, formulasi strategi kampanye harus menyesuaikan pendekatan yang lebih interaktif, responsif, dan berbasis digital,

sehingga pesan politik dapat diterima, dipahami, dan memicu partisipasi aktif. Media digital memungkinkan segmentasi audiens yang lebih presisi dan interaksi dua arah yang lebih intens, sehingga kandidat dapat menyesuaikan pesan mereka berdasarkan respons real-time dari pemilih, serta memanfaatkan big data untuk memprediksi tren perilaku pemilih tertentu. Strategi yang efektif juga memerlukan analisis konteks politik dan sosial secara mendalam, termasuk isu publik, kekuatan lawan politik, serta kondisi media massa dan media sosial yang berlaku (Gajardo, 2024). Dengan demikian, kampanye politik modern bukan hanya sekadar kegiatan promosi sesaat, tetapi proses strategis yang adaptif, berbasis data, dan responsif terhadap aspirasi publik, terutama bagi kelompok pemilih muda yang menjadi motor utama demokrasi elektoral Indonesia saat ini.

Sejalan dengan perkembangan tersebut, strategi kampanye politik mengalami transformasi dari model konvensional menuju model modern dan digital. Kampanye modern ditandai oleh profesionalisasi, penggunaan data pemilih, serta pemanfaatan teknologi digital untuk membangun komunikasi yang lebih personal dan tersegmentasi. Selain itu, kampanye digital tidak hanya mengubah cara penyampaian pesan, tetapi juga menggeser posisi pemilih dari objek persuasi menjadi aktor yang dapat berinteraksi dan memengaruhi narasi kampanye. Namun, dalam praktik politik Indonesia, kampanye sering kali masih didominasi oleh pendekatan tradisional seperti rapat umum, baliho, dan simbolisasi politik, yang minim ruang dialog substantif dengan pemilih.

Dalam konteks Pemilihan Presiden 2024, pelaksanaan kampanye politik juga tidak dapat dilepaskan dari kerangka regulasi yang mengatur bentuk dan mekanisme kampanye. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum mendefinisikan kampanye sebagai kegiatan peserta pemilu atau pihak lain yang ditunjuk untuk meyakinkan pemilih melalui penyampaian visi, misi, program, dan citra diri secara etis dan bertanggung jawab. Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Nomor 15 Tahun 2023 tentang Kampanye Pemilu 2024 mengatur berbagai bentuk kampanye yang diperbolehkan, seperti pertemuan tatap muka, dialog publik, debat pasangan calon, serta kampanye melalui media massa dan media sosial. Ketentuan ini menunjukkan bahwa regulasi kampanye memberi ruang bagi bentuk komunikasi politik yang dialogis dan partisipatif, selama dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.



**Gambar 1.1 Pelaksanaan Desak Anies**

Sumber: antarafoto.com, 2024

Program Desak Anies lahir dari adanya kejenuhan sebagian masyarakat terhadap praktik kampanye politik yang dinilai semakin berorientasi pada pencitraan dan penyampaian pesan secara satu arah. Dalam dinamika politik kontemporer, kampanye sering kali lebih menonjolkan aspek seremonial, slogan politik, serta penyebaran konten singkat di media sosial tanpa memberikan ruang diskusi yang mendalam mengenai gagasan maupun program kerja kandidat. Kondisi tersebut memunculkan anggapan bahwa ruang komunikasi antara kandidat dan masyarakat menjadi semakin terbatas, sehingga publik, khususnya generasi muda, tidak memiliki cukup kesempatan untuk menyampaikan pertanyaan, kritik, maupun aspirasi secara langsung kepada calon pemimpin yang akan dipilih.

Berangkat dari kondisi tersebut, program Desak Anies hadir sebagai bentuk kampanye yang menawarkan pendekatan berbeda melalui forum dialog terbuka antara Anies Baswedan dan masyarakat. Program ini dirancang sebagai ruang komunikasi publik yang memungkinkan peserta untuk berinteraksi secara langsung dengan kandidat dalam suasana diskusi yang lebih terbuka dan partisipatif. Dalam pelaksanaannya, masyarakat diberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan secara langsung mengenai berbagai isu sosial, ekonomi, pendidikan, lingkungan, hingga kebijakan publik lainnya. Tidak hanya berupa penyampaian visi dan misi secara formal, forum ini juga menghadirkan proses tanya jawab yang memperlihatkan respons spontan kandidat terhadap berbagai persoalan yang diangkat oleh peserta.

Gerakan Desak Anies diinisiasi oleh komunitas bernama Ubah Bareng, yaitu kelompok relawan yang terdiri dari anak-anak muda dengan latar belakang kreatif dan memiliki perhatian terhadap isu sosial maupun politik. Komunitas ini hadir sebagai bagian dari gerakan partisipasi politik generasi muda dalam Pemilihan Presiden 2024. Melalui pendekatan yang lebih dekat dengan budaya digital dan komunikasi anak muda, Ubah Bareng berupaya menciptakan ruang politik yang lebih terbuka, interaktif, dan mudah diakses oleh masyarakat, khususnya kalangan generasi muda yang selama ini sering dianggap kurang tertarik terhadap politik formal.



**Gambar 1. 1. Akun Instagram UbahBareng**

Sumber: Instagram, 2026

Dalam pelaksanaannya, komunitas Ubah Bareng tidak hanya berperan sebagai pendukung kampanye politik, tetapi juga sebagai penggerak forum diskusi publik yang mendorong keterlibatan masyarakat dalam proses politik. Komunitas ini berupaya membangun pola komunikasi politik yang lebih

terbuka dengan menghadirkan ruang interaksi antara kandidat dan masyarakat secara langsung. Salah satu bentuk gerakan yang mereka inisiasi adalah program Desak Anies, yang dirancang sebagai forum dialog terbuka antara masyarakat dan calon presiden Anies Baswedan. Melalui forum tersebut, masyarakat diberikan kesempatan untuk menyampaikan pertanyaan secara langsung mengenai berbagai isu publik, seperti pendidikan, ekonomi, lingkungan, hukum, hingga kebijakan pemerintahan. Dengan format dialog yang interaktif, program ini tidak hanya menjadi sarana penyampaian visi dan program kandidat, tetapi juga menjadi ruang pertukaran gagasan yang memungkinkan masyarakat untuk terlibat secara aktif dalam diskusi politik. Kehadiran forum seperti ini menunjukkan adanya upaya untuk menciptakan komunikasi politik yang lebih partisipatif dibandingkan model kampanye konvensional yang cenderung berlangsung satu arah.

Keterlibatan anak muda dalam komunitas Ubah Bareng menjadi salah satu karakteristik penting dalam pelaksanaan program ini. Sebagian besar penggerak program berasal dari generasi muda yang aktif menggunakan media sosial dan memiliki pendekatan komunikasi yang lebih fleksibel, komunikatif, serta dekat dengan budaya digital. Hal tersebut terlihat dari cara penyampaian kampanye yang dikemas dengan gaya yang lebih santai namun tetap substansial, sehingga lebih mudah diterima oleh audiens muda. Pendekatan komunikasi yang digunakan tidak hanya dilakukan melalui forum tatap muka, tetapi juga melalui berbagai konten media sosial yang dirancang secara kreatif dan interaktif. Penggunaan desain visual, potongan video singkat, hingga penyebaran kutipan-

kutipan diskusi menjadi bagian dari strategi komunikasi untuk menarik perhatian masyarakat, khususnya generasi muda yang aktif di ruang digital. Dengan demikian, keterlibatan generasi muda tidak hanya terlihat sebagai peserta kampanye, tetapi juga sebagai penggerak utama dalam membangun penyebaran informasi dan komunikasi politik di media sosial.

Selain itu, gerakan ini juga bertujuan untuk membangun kesadaran politik di kalangan generasi muda melalui pendekatan pendidikan politik yang lebih partisipatif. Program Desak Anies tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana kampanye politik semata, tetapi juga sebagai media untuk mendorong masyarakat agar lebih aktif memahami isu publik dan terlibat dalam diskusi politik secara langsung. Melalui ruang dialog terbuka, peserta diberikan kesempatan untuk menyampaikan pertanyaan, kritik, maupun pandangan mereka terhadap berbagai persoalan yang sedang dibahas. Situasi tersebut mendorong generasi muda untuk tidak hanya menjadi penonton dalam proses politik, tetapi juga menjadi bagian dari proses pertukaran gagasan, penyampaian aspirasi, serta pengawasan terhadap calon pemimpin politik. Dalam konteks ini, Desak Anies dipahami sebagai bentuk komunikasi politik yang tidak hanya berorientasi pada persuasi politik, tetapi juga memiliki dimensi edukatif karena mendorong masyarakat untuk lebih memahami isu-isu kebijakan publik secara kritis.

Melalui pendekatan tersebut, komunitas Ubah Bareng berupaya menghadirkan bentuk kampanye politik yang lebih dekat dengan karakteristik generasi muda di era digital. Pemanfaatan media sosial, forum interaktif, serta

pola komunikasi yang lebih santai namun tetap substantif menjadi bagian dari strategi untuk menarik perhatian publik dan membangun keterlibatan politik secara lebih luas. Pendekatan ini menunjukkan adanya penyesuaian strategi kampanye terhadap perubahan perilaku masyarakat dalam mengakses informasi politik, khususnya di kalangan anak muda yang lebih aktif di media digital dibandingkan media konvensional. Dengan demikian, gerakan Desak Anies tidak hanya dipahami sebagai aktivitas kampanye politik semata, tetapi juga sebagai bentuk upaya membangun partisipasi dan pendidikan politik di kalangan generasi muda dalam konteks Pemilihan Presiden 2024. Kehadiran program ini juga memperlihatkan bahwa media digital memiliki peran penting dalam membentuk pola komunikasi politik yang lebih interaktif dan partisipatif di era modern.

Keberadaan program Desak Anies menunjukkan adanya upaya untuk membangun pola komunikasi politik yang lebih dialogis dibandingkan dengan kampanye konvensional yang cenderung bersifat satu arah. Dalam forum ini, peserta tidak hanya diposisikan sebagai audiens yang menerima pesan politik secara pasif, tetapi juga sebagai pihak yang aktif terlibat dalam proses komunikasi. Melalui format dialog terbuka, masyarakat diberikan ruang untuk menguji gagasan, mempertanyakan kebijakan, bahkan menyampaikan kritik secara langsung kepada kandidat. Dinamika tersebut menjadi salah satu karakteristik utama yang membedakan Desak Anies dengan bentuk kampanye lain yang lebih berorientasi pada mobilisasi massa atau penyampaian pesan politik secara terpusat. Selain itu, interaksi langsung yang terjadi dalam forum

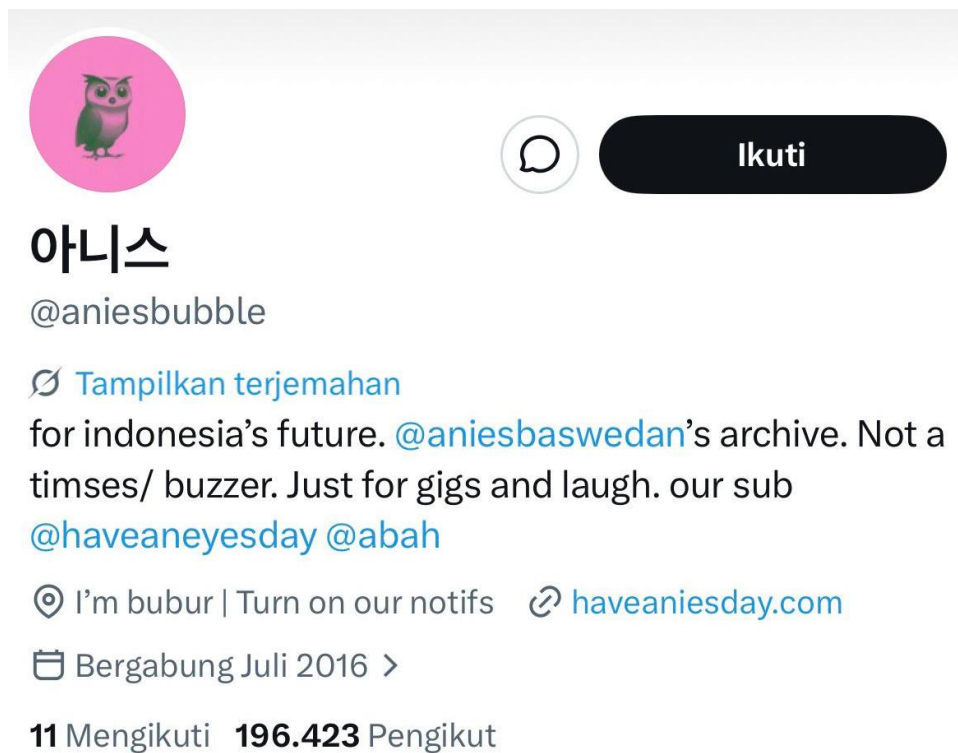
juga menciptakan suasana komunikasi yang lebih cair dan partisipatif karena masyarakat dapat secara langsung melihat bagaimana kandidat merespons pertanyaan maupun kritik yang muncul selama kegiatan berlangsung. Dengan demikian, program ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan politik, tetapi juga sebagai ruang diskusi publik yang memungkinkan terjadinya pertukaran gagasan antara kandidat dan masyarakat.

Selain itu, program ini juga lahir dari upaya untuk meningkatkan keterlibatan politik generasi muda yang selama ini sering dianggap memiliki tingkat partisipasi politik yang rendah atau cenderung apatis terhadap isu-isu politik formal. Generasi muda sebagai kelompok pemilih dengan jumlah signifikan dalam Pemilu 2024 dipandang memiliki karakteristik yang lebih kritis, aktif di media digital, dan cenderung tertarik pada bentuk komunikasi yang terbuka serta interaktif. Oleh karena itu, Desak Anies dirancang dengan pendekatan yang lebih dekat dengan pola komunikasi generasi muda, baik melalui format diskusi langsung maupun penyebaran kontennya melalui media digital seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan platform media sosial lainnya. Pendekatan tersebut bertujuan untuk menciptakan kampanye politik yang terasa lebih relevan dengan kehidupan sehari-hari generasi muda, sehingga mereka lebih tertarik untuk mengikuti dan terlibat dalam diskusi politik. Dalam konteks ini, penggunaan media digital menjadi penting karena generasi muda cenderung mengakses informasi politik melalui platform digital dibandingkan media konvensional.

Pemanfaatan media digital dalam program ini menjadi bagian penting dalam memperluas jangkauan kampanye. Pelaksanaan forum yang dilakukan secara langsung di berbagai daerah tidak hanya dihadiri oleh peserta yang hadir secara fisik, tetapi juga disiarkan dan didistribusikan melalui media sosial dalam bentuk siaran langsung, potongan video, hingga cuplikan pernyataan kandidat yang kemudian tersebar luas di ruang digital. Dengan demikian, Desak Anies tidak hanya berfungsi sebagai forum dialog tatap muka, tetapi juga sebagai bagian dari strategi kampanye digital yang memanfaatkan interaksi dan penyebaran konten di media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Dokumentasi kegiatan yang tersebar di media sosial memungkinkan masyarakat yang tidak hadir secara langsung tetap dapat mengikuti jalannya diskusi serta memahami isu-isu yang dibahas dalam forum tersebut. Selain itu, penyebaran konten digital juga memperpanjang keberlangsungan komunikasi politik karena diskusi yang terjadi dalam forum dapat terus dikonsumsi dan dibagikan ulang oleh masyarakat setelah kegiatan selesai dilaksanakan.

Kesuksesan program Desak Anies juga didukung oleh keterlibatan relawan dan tingginya penyebaran konten secara organik di media sosial. Dalam pelaksanaannya, berbagai potongan video, cuplikan jawaban kandidat, hingga momen interaksi antara Anies Baswedan dan peserta forum banyak dibagikan kembali oleh relawan maupun pendukung melalui platform digital seperti TikTok, Instagram, X, dan YouTube. Penyebaran konten tersebut tidak hanya memperluas jangkauan program kepada masyarakat yang tidak hadir secara langsung, tetapi juga membentuk percakapan politik yang lebih aktif di ruang

digital. Konten yang tersebar di media sosial memungkinkan masyarakat untuk memberikan tanggapan, berdiskusi, hingga membangun opini terhadap isu-isu yang dibahas dalam forum. Selain itu, penyebaran secara organik menunjukkan bahwa masyarakat tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga berperan sebagai bagian dari proses distribusi pesan politik. Dalam konteks ini, media sosial tidak hanya digunakan sebagai alat penyebaran informasi kampanye, tetapi juga menjadi ruang interaksi politik yang memperkuat keterlibatan publik dalam proses komunikasi politik selama Pemilihan Presiden 2024.



**Gambar 1. 2. Akun X aniesbubble**

Sumber: X, 2026

Fenomena ini kemudian berkembang menjadi apa yang dikenal sebagai Anies Bubble, yaitu terbentuknya komunitas percakapan digital yang didominasi oleh pendukung dan audiens yang aktif mengikuti perkembangan program Desak Anies di media sosial. Melalui fenomena tersebut, interaksi politik dikemas dalam bentuk yang lebih dekat, santai, dan personal sehingga lebih mudah diterima oleh generasi muda, khususnya generasi Z. Konten-konten yang beredar tidak hanya berupa penyampaian visi dan misi politik secara formal, tetapi juga potongan dialog, respons spontan kandidat, hingga interaksi yang dianggap relevan dengan keseharian anak muda. Kondisi ini membuat komunikasi politik dalam program Desak Anies terasa lebih akrab dan tidak terlalu berjarak dibandingkan pola kampanye politik konvensional.

Selain memperkuat penyebaran informasi kampanye, keterlibatan relawan dan viralitas media sosial juga menunjukkan bagaimana ruang digital berperan penting dalam membangun *engagement* politik di kalangan pemilih muda. Dukungan organik yang muncul melalui media sosial menjadikan program Desak Anies tidak hanya sebagai forum dialog tatap muka, tetapi juga sebagai bagian dari praktik kampanye digital yang mengandalkan partisipasi audiens dalam menyebarkan dan membentuk narasi politik di ruang publik digital.

Dalam perkembangannya, program Desak Anies juga menjadi salah satu bentuk kampanye yang menarik perhatian publik karena menghadirkan suasana diskusi politik yang berbeda dibandingkan kampanye pada umumnya. Forum ini memperlihatkan bagaimana komunikasi politik tidak lagi hanya berfokus pada penyampaian pesan dari kandidat kepada masyarakat, tetapi juga

menciptakan ruang pertukaran gagasan yang melibatkan publik secara aktif. Kehadiran program ini menunjukkan adanya perubahan pola kampanye politik di era digital, di mana masyarakat semakin menginginkan bentuk komunikasi yang lebih terbuka, interaktif, dan memberikan kesempatan untuk terlibat secara langsung dalam diskusi politik.

Di sisi lain, meskipun menghadirkan format dialog terbuka, program Desak Anies tetap merupakan bagian dari strategi kampanye politik yang dirancang secara terstruktur oleh tim kampanye. Pemilihan format forum, pengelolaan acara, pemanfaatan media digital, hingga penyebaran konten di media sosial menunjukkan bahwa program ini tidak hanya bertujuan membangun interaksi dengan masyarakat, tetapi juga membentuk citra kandidat sebagai sosok yang terbuka terhadap kritik dan dekat dengan publik. Dengan demikian, Desak Anies dapat dipahami tidak hanya sebagai forum diskusi politik, tetapi juga sebagai bentuk formulasi kampanye interaktif yang menyesuaikan diri dengan perkembangan komunikasi politik dan karakteristik pemilih di era digital.

Pelaksanaan program Desak Anies di berbagai daerah menunjukkan tingginya antusiasme masyarakat terhadap model kampanye dialogis yang diusung. Salah satu pelaksanaan yang menarik perhatian publik berlangsung di Kota Semarang pada Februari 2024. Acara tersebut menjadi salah satu pelaksanaan Desak Anies dengan jumlah peserta terbesar selama masa kampanye. Berdasarkan pemberitaan media, kegiatan yang berlangsung di MAC Ballroom Semarang tersebut dihadiri oleh sekitar 8.500 hingga lebih dari 10 ribu peserta yang mayoritas berasal dari kalangan milenial dan generasi Z.

Forum dialog tersebut bahkan berlangsung lebih dari tiga jam dan menjadi salah satu sesi Desak Anies dengan durasi terlama selama rangkaian kampanye berlangsung.

Tingginya jumlah peserta yang hadir menunjukkan bahwa program Desak Anies mendapatkan perhatian besar dari masyarakat, khususnya generasi muda yang tertarik pada bentuk komunikasi politik yang lebih terbuka dan interaktif. Antusiasme peserta menunjukkan bahwa masyarakat memiliki ketertarikan terhadap model kampanye yang tidak hanya berfokus pada penyampaian pesan politik secara satu arah, tetapi juga memberikan ruang bagi publik untuk terlibat langsung dalam proses diskusi politik.

Dalam pelaksanaannya, peserta diberikan kesempatan untuk menyampaikan pertanyaan secara langsung kepada Anies Baswedan mengenai berbagai isu yang dekat dengan kehidupan masyarakat, seperti pendidikan, lapangan pekerjaan, ekonomi kreatif, kebudayaan, hingga perkembangan teknologi dan e-sport. Format dialog terbuka tersebut menciptakan suasana diskusi yang berbeda dibandingkan kampanye politik konvensional yang umumnya lebih bersifat satu arah dan hanya berfokus pada penyampaian pidato politik. Melalui forum ini, peserta tidak hanya menjadi pendengar, tetapi juga dapat menyampaikan kritik, pandangan, maupun aspirasi secara langsung kepada kandidat.



**Gambar 1. 3. Pelaksanaan Desak Anies di Semarang**

Sumber: DetikNews, 2024

Pelaksanaan Desak Anies di Semarang juga menunjukkan bagaimana forum kampanye dapat berkembang menjadi ruang diskusi publik yang lebih partisipatif. Dalam kegiatan tersebut, peserta tidak hanya hadir sebagai pendengar, tetapi juga diberikan ruang untuk menyampaikan pendapat, kritik, maupun aspirasi secara langsung kepada kandidat. Interaksi yang terjadi selama forum berlangsung memperlihatkan adanya komunikasi dua arah antara kandidat dan masyarakat, di mana peserta dapat secara aktif menguji gagasan, program, maupun respons kandidat terhadap berbagai isu yang diangkat dalam diskusi.

Selain dihadiri oleh masyarakat umum, forum Desak Anies di Semarang juga diikuti oleh mahasiswa, komunitas kreatif, akademisi, serta berbagai kelompok anak muda lainnya. Keberagaman latar belakang peserta menunjukkan bahwa program ini tidak hanya diposisikan sebagai kegiatan

kampanye politik semata, tetapi juga sebagai ruang diskusi publik yang mampu menarik perhatian berbagai kelompok masyarakat. Kehadiran peserta dari berbagai kalangan memperlihatkan bahwa isu-isu yang dibahas dalam forum tersebut dinilai relevan dengan kebutuhan dan keresahan masyarakat, khususnya generasi muda yang menjadi kelompok pemilih dominan dalam Pemilu 2024.

Antusiasme masyarakat dalam kegiatan Desak Anies Semarang juga terlihat dari tingginya penyebaran dokumentasi kegiatan melalui media sosial. Potongan video dialog, sesi tanya jawab, hingga respons spontan kandidat banyak dibagikan kembali melalui berbagai platform digital seperti TikTok, Instagram, YouTube, dan X. Penyebaran konten tersebut memperluas jangkauan forum kepada masyarakat yang tidak hadir secara langsung dan menjadikan Desak Anies Semarang sebagai salah satu kegiatan kampanye yang ramai diperbincangkan di ruang digital. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan forum tidak hanya berlangsung dalam ruang fisik, tetapi juga berkembang menjadi bagian dari percakapan politik di media digital.

Pemanfaatan media sosial dalam penyebaran konten Desak Anies Semarang juga memperlihatkan bagaimana kampanye politik di era digital tidak lagi hanya bergantung pada media konvensional. Dokumentasi kegiatan yang tersebar secara luas memungkinkan masyarakat untuk mengikuti jalannya forum, melihat interaksi antara kandidat dan peserta, serta memberikan tanggapan melalui media sosial. Dengan demikian, media digital berperan

penting dalam memperluas keterlibatan publik terhadap program kampanye yang dilaksanakan.

Selain itu, tingginya antusiasme peserta dalam kegiatan Desak Anies Semarang menunjukkan adanya ketertarikan masyarakat terhadap bentuk kampanye yang memberikan ruang dialog secara langsung. Format kampanye seperti ini dinilai lebih mampu menghadirkan komunikasi politik yang terbuka dibandingkan pola kampanye konvensional yang cenderung formal dan satu arah. Kehadiran forum dialog terbuka memungkinkan masyarakat untuk lebih dekat dengan kandidat, sekaligus memberikan kesempatan bagi publik untuk menyampaikan berbagai persoalan yang mereka hadapi secara langsung.

Dengan demikian, pelaksanaan Desak Anies di Semarang menunjukkan bahwa program tersebut tidak hanya menjadi forum kampanye tatap muka, tetapi juga menjadi bagian dari bentuk kampanye politik interaktif yang memanfaatkan dialog langsung dan media digital untuk membangun keterlibatan publik. Tingginya jumlah peserta, keberagaman audiens, serta penyebaran konten melalui media sosial memperlihatkan bahwa program ini berhasil menarik perhatian masyarakat, khususnya generasi muda, dalam dinamika kampanye Pemilihan Presiden 2024.

Program Desak Anies dapat dipahami sebagai salah satu bentuk inovasi dalam praktik kampanye politik pada Pemilihan Presiden 2024 karena menghadirkan pola komunikasi politik yang berbeda dibandingkan kampanye konvensional. Salah satu bentuk inovasi tersebut terlihat dari perubahan paradigma dialog politik yang dibangun melalui forum Desak Anies. Jika

kampanye politik pada umumnya cenderung bersifat satu arah dan menempatkan masyarakat hanya sebagai pendengar, program ini justru menghadirkan ruang dialog deliberatif yang lebih terbuka dan partisipatif. Dalam forum tersebut, masyarakat, khususnya generasi muda, diberikan kesempatan untuk bertanya secara langsung, menguji gagasan, bahkan mendebat visi dan misi kandidat secara tatap muka. Kehadiran forum dialog terbuka ini menunjukkan adanya upaya untuk mengubah pola komunikasi politik dari yang sebelumnya bersifat elitis menjadi lebih dekat dan melibatkan publik secara aktif dalam proses diskusi politik.

Selain menghadirkan ruang dialog terbuka, inovasi program Desak Anies juga terlihat dari upaya membangun pendidikan politik yang lebih organik di kalangan masyarakat. Komunitas Ubah Bareng sebagai penggagas program menegaskan bahwa forum tersebut tidak hanya bertujuan menjadi kegiatan kampanye politik semata, tetapi juga sebagai ruang pendidikan politik bagi generasi muda. Dalam pelaksanaannya, penyelenggara tidak membatasi maupun mengatur pertanyaan yang diajukan peserta, sehingga masyarakat diberikan kebebasan untuk menyampaikan kritik, pertanyaan, maupun pandangan mereka secara langsung kepada kandidat. Pendekatan ini mendorong peserta untuk tidak hanya menjadi penerima pesan politik secara pasif, tetapi juga menjadi subjek yang aktif dan kritis dalam mengawasi serta menuntut akuntabilitas kandidat politik. Kondisi tersebut memperlihatkan adanya perubahan dalam pola kampanye politik, di mana masyarakat diberi

ruang yang lebih luas untuk terlibat secara langsung dalam proses komunikasi politik.

Inovasi lain yang muncul dalam program Desak Anies adalah kemampuan mengintegrasikan estetika digital dan budaya populer ke dalam praktik kampanye politik. Program ini memanfaatkan media sosial secara kreatif melalui penyebaran potongan video dialog, cuplikan respons spontan kandidat, hingga berbagai konten yang dikemas dengan pendekatan visual yang dekat dengan budaya digital generasi muda. Fenomena seperti munculnya Anies Bubble menunjukkan bagaimana komunikasi politik mulai dikembangkan dengan pendekatan yang menyerupai pola interaksi dalam budaya fandom di media sosial, termasuk yang terinspirasi dari tren komunitas K-Pop. Pendekatan tersebut membuat komunikasi politik terasa lebih santai, personal, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari generasi muda. Dengan demikian, program Desak Anies berhasil menjembatani jarak antara politik formal dengan budaya populer digital yang selama ini lebih dekat dengan kehidupan anak muda.

Selain itu, program Desak Anies juga memperlihatkan bentuk resiliensi dan solidaritas warga dalam pelaksanaannya. Di beberapa daerah, kegiatan Desak Anies sempat menghadapi berbagai kendala, termasuk pembatalan izin tempat secara mendadak. Namun demikian, penyelenggara dan relawan tetap mampu melanjutkan kegiatan dengan memanfaatkan ruang alternatif yang ditawarkan secara sukarela oleh masyarakat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pelaksanaan program tidak hanya bergantung pada struktur kampanye formal, tetapi juga didukung oleh partisipasi dan solidaritas warga yang terlibat secara

langsung. Keterlibatan relawan dan masyarakat dalam menjaga keberlangsungan forum memperlihatkan karakter gerakan berbasis akar rumput (*grassroots movement*) yang lebih fleksibel dan adaptif dibandingkan metode kampanye politik tradisional.

Dengan berbagai karakteristik tersebut, Desak Anies tidak hanya dapat dipahami sebagai kegiatan kampanye politik biasa, tetapi juga sebagai bentuk inovasi kampanye interaktif yang menyesuaikan diri dengan perkembangan komunikasi politik di era digital. Program ini menghadirkan kombinasi antara dialog terbuka, partisipasi publik, pendidikan politik, pemanfaatan media digital, dan keterlibatan komunitas secara organik dalam membangun komunikasi politik yang lebih dekat dengan masyarakat, khususnya generasi muda.

Program Desak Anies memiliki pengaruh yang cukup signifikan dalam dinamika kampanye politik pasangan Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar pada Pemilihan Presiden 2024, meskipun pada akhirnya pasangan tersebut tidak memenangkan kontestasi pemilu. Kehadiran Desak Anies dinilai berhasil membangun citra Anies Baswedan sebagai sosok yang terbuka, intelektual, dan berani berdialog secara langsung dengan masyarakat. Melalui format forum tanya jawab tanpa pendekatan yang terlalu formal, masyarakat diberikan kesempatan untuk menyampaikan pertanyaan maupun kritik secara langsung kepada kandidat. Kondisi tersebut menciptakan kesan bahwa kandidat mampu menghadapi berbagai isu publik secara terbuka dan responsif di hadapan audiens.

Selain membangun citra kandidat, program Desak Anies juga dinilai efektif dalam menarik perhatian kelompok pemilih muda dan masyarakat kritis yang menginginkan bentuk kampanye yang lebih substantif. Format dialog terbuka yang menghadirkan pembahasan isu sosial, pendidikan, ekonomi, hingga kebijakan publik dianggap lebih dekat dengan karakteristik generasi muda yang cenderung aktif, kritis, dan terbiasa dengan komunikasi interaktif di ruang digital. Hal ini menjadikan Desak Anies mampu membangun keterlibatan politik di kalangan mahasiswa, pemilih pemula, komunitas kreatif, serta kelompok masyarakat yang menginginkan ruang diskusi politik yang lebih terbuka dibandingkan kampanye konvensional.

Di sisi lain, program Desak Anies juga berkembang sebagai media kampanye alternatif yang memiliki karakter berbeda dibandingkan pola kampanye politik pada umumnya. Di tengah dominasi kampanye yang lebih menonjolkan mobilisasi massa, hiburan politik, maupun penyampaian slogan singkat, Desak Anies menghadirkan pendekatan kampanye berbasis dialog dan pertukaran gagasan. Keunikan format tersebut membuat berbagai potongan dialog, respons spontan kandidat, dan dinamika forum menjadi viral di media sosial seperti TikTok, Instagram, YouTube, dan X. Penyebaran konten secara digital tersebut turut membantu meningkatkan awareness masyarakat terhadap visi, gagasan, dan citra pasangan Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar selama masa kampanye Pemilu 2024.

Meskipun demikian, keberhasilan Desak Anies dalam membangun interaktivitas, citra kandidat, dan basis dukungan di kalangan tertentu tidak

secara langsung berbanding lurus dengan kemenangan elektoral pasangan Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar dalam Pemilihan Presiden 2024. Hasil pemilu menunjukkan bahwa terdapat berbagai faktor lain yang turut memengaruhi preferensi pemilih dan hasil akhir kontestasi politik, termasuk kekuatan mesin politik, dominasi narasi kampanye tertentu, serta bentuk strategi kampanye lain yang digunakan oleh pasangan calon lain. Dengan demikian, Desak Anies dapat dipahami sebagai bentuk inovasi kampanye interaktif yang berhasil menciptakan keterlibatan publik dan perhatian politik secara luas, meskipun pengaruhnya belum cukup kuat untuk menentukan kemenangan dalam kontestasi elektoral secara nasional.

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas strategi kampanye politik digital dan interaktif. Penelitian (Gibson, 2015) menyoroti peran media digital dalam meningkatkan engagement pemilih, sementara (Kreiss, 2016) menekankan pentingnya interaksi dalam membangun kedekatan kandidat dengan publik. Di Indonesia, studi oleh (Nugroho, 2019) dan (Lim, 2017) menunjukkan bahwa media sosial berperan signifikan dalam pembentukan opini publik dan partisipasi politik, khususnya di kalangan pemilih muda. Namun, sebagian besar penelitian tersebut lebih berfokus pada penggunaan media sosial sebagai alat kampanye, bukan pada formulasi program kampanye interaktif yang menggabungkan dialog langsung dan siaran digital dalam satu desain strategi.

Dengan demikian, terdapat ketertarikan untuk mengkaji fenomena kampanye politik interaktif dalam Pemilihan Presiden 2024, khususnya melalui

program Desak Anies. Program ini menghadirkan pendekatan kampanye yang berbeda dibandingkan dengan kampanye konvensional, dengan mengedepankan dialog langsung antara kandidat dan masyarakat. Melalui format tersebut, tercipta ruang komunikasi yang memungkinkan adanya pertukaran gagasan secara langsung, serta keterlibatan publik yang lebih aktif dalam proses kampanye politik.

Dalam konteks perkembangan komunikasi politik di era digital, kehadiran program seperti Desak Anies menunjukkan adanya kecenderungan perubahan dalam cara kandidat membangun hubungan dengan masyarakat. Kampanye tidak lagi semata-mata berfokus pada penyampaian pesan secara satu arah, tetapi juga mulai mengarah pada penciptaan interaksi yang lebih terbuka dan partisipatif. Hal ini menjadi menarik untuk dikaji lebih lanjut, terutama dalam melihat bagaimana praktik tersebut dijalankan di lapangan serta bagaimana respons publik terhadap bentuk kampanye tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana kampanye Desak Anies dilaksanakan dalam konteks Pemilihan Presiden 2024, dengan menitikberatkan pada bentuk interaksi yang terjadi antara kandidat dan masyarakat.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana Program Kampanye Desak Anies Sebagai Strategi Kampanye Interaktif dalam Pemilihan Presiden 2024.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk menganalisis Program Kampanye Desak Anies Sebagai Strategi Kampanye Interaktif dalam Pemilihan Presiden 2024.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian hasil dari tujuan yang dibahas dalam hasil penelitian yang harapannya dapat menambah pengetahuan dalam memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah.

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini dapat memperkaya kajian dalam bidang metode kampanye dan Pemilu, khususnya terkait strategi kampanye interaktif pada kontestasi pemilihan umum. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan konsep komunikasi politik yang mengedepankan keterbukaan, partisipasi publik, dan interaksi dua arah antara kandidat dengan pemilih. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi akademik bagi studi-studi sejenis yang meneliti pengaruh strategi kampanye berbasis dialog dalam konteks demokrasi Indonesia.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

##### **1. Bagi Tim Kampanye dan Partai Politik**

Bagi tim kampanye dan partai politik, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam merumuskan strategi kampanye yang lebih efektif dan responsif terhadap kebutuhan pemilih, khususnya dalam memanfaatkan

platform digital dan pendekatan interaktif. Temuan penelitian ini memberikan gambaran konkret mengenai bagaimana strategi berbasis dialog dapat meningkatkan keterlibatan pemilih dan membangun citra kandidat yang positif. Dengan pemahaman ini, tim kampanye dapat mengoptimalkan metode kampanye yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan preferensi pemilih modern. Selain itu, strategi yang tepat juga dapat memperkuat kepercayaan publik dan memperluas jangkauan kampanye tanpa kehilangan kedekatan dengan pemilih.

## **2. Bagi Praktisi Komunikasi Politik**

Bagi praktisi komunikasi politik, penelitian ini dapat menjadi panduan dalam merancang model komunikasi politik yang mengutamakan transparansi dan keterlibatan publik. Melalui analisis strategi kampanye interaktif seperti Desak Anies, praktisi dapat memahami pentingnya interaksi dua arah dalam membangun kepercayaan pemilih. Hal ini menjadi relevan di era digital, dimana pemilih semakin kritis terhadap komunikasi politik yang bersifat satu arah. Temuan penelitian ini juga dapat menjadi dasar untuk mengembangkan format kampanye baru yang lebih dialogis, efektif, dan sesuai dengan prinsip komunikasi politik yang demokratis.

## **3. Bagi Masyarakat**

Bagi masyarakat, penelitian ini memberikan wawasan mengenai pentingnya partisipasi aktif dan dialog dalam proses politik, sehingga

mendorong kesadaran politik yang lebih kritis dan partisipatif. Dengan mengetahui bagaimana strategi kampanye dapat memengaruhi opini dan preferensi politik, masyarakat dapat meningkatkan kemampuan literasi politik dan menghindari pengaruh informasi yang bersifat manipulatif. Pemahaman ini juga dapat membantu masyarakat dalam mengambil keputusan politik yang lebih rasional dan berbasis pada pertimbangan substantif, bukan sekadar pada aspek emosional atau simbolik. Selain itu, penelitian ini dapat memotivasi masyarakat untuk lebih aktif terlibat dalam ruang-ruang dialog politik yang inklusif dan transparan.

### **1.5 Penelitian Terdahulu**

Penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan program kampanye Desak Anies serta kajian kampanye politik dan komunikasi politik digital. Tujuan dari pembahasan ini adalah untuk memetakan posisi penelitian, menunjukkan persamaan dan perbedaan dengan penelitian sebelumnya, serta mengidentifikasi celah penelitian (*research gap*) yang menjadi dasar kebaruan penelitian ini.

Sejumlah penelitian telah secara spesifik mengkaji program Desak Anies dalam konteks Pemilihan Presiden 2024. Penelitian yang dilakukan oleh (Ramadhan, 2024) meneliti efektivitas kampanye Desak Anies melalui media sosial TikTok terhadap partisipasi politik pemilih muda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menemukan bahwa terpapar konten Desak Anies memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan minat dan

partisipasi politik generasi muda. Namun, penelitian ini berfokus pada dampak media dan belum mengkaji bagaimana program Desak Anies dirancang sebagai strategi kampanye dialogis.

Penelitian lain dilakukan oleh (Putri dkk., 2024) yang menganalisis pengaruh tayangan Desak Anies, *political branding*, dan kredibilitas Anies Baswedan terhadap minat memilih warga DKI Jakarta. Dengan pendekatan survei, penelitian ini menunjukkan bahwa program Desak Anies berperan dalam membentuk persepsi positif pemilih terhadap kandidat. Kendati demikian, fokus penelitian ini lebih menitikberatkan pada efek pesan kampanye, bukan pada proses formulasi dan strategi kampanye itu sendiri.

Selain itu, penelitian komparatif oleh (Nugroho, 2024) membandingkan model kampanye Desak Anies dengan kampanye politik lain yang populer di kalangan pemilih muda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Desak Anies memiliki karakter dialogis dan substantif, berbeda dengan kampanye lain yang lebih menekankan aspek hiburan. Meskipun demikian, penelitian ini belum mengelaborasi secara mendalam bagaimana program Desak Anies dikonstruksikan sebagai strategi komunikasi politik nonkonvensional.

Dari perspektif analisis pesan, penelitian oleh (Sari, 2024) mengkaji pesan-pesan kampanye dalam program Desak Anies dengan pendekatan psikologi politik. Penelitian ini menemukan bahwa format dialog terbuka dalam Desak Anies mampu membangun keterlibatan emosional dan rasa partisipasi kolektif di kalangan audiens. Namun, kajian ini lebih berfokus pada isi pesan dan respons audiens, bukan pada strategi kampanye secara menyeluruh.

Selain penelitian yang secara langsung membahas Desak Anies, terdapat pula penelitian yang relevan secara konseptual. (Gibson dkk., 2014) meneliti kampanye politik digital dan profesionalisasi kampanye di negara-negara demokrasi, yang menunjukkan pergeseran kampanye menuju model yang berorientasi pada kandidat dan komunikasi personal. (Kreiss, 2016) juga menekankan peran teknologi digital dalam membentuk interaksi antara kandidat dan pemilih. Sementara itu, (Lilleker, 2011) menyoroti komunikasi politik digital sebagai ruang dialog dua arah, dan (Lim, 2017) membahas dinamika politik digital di Indonesia.

Berdasarkan pemetaan tersebut, terdapat persamaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu, yaitu sama-sama mengkaji kampanye politik, komunikasi politik digital, serta keterlibatan pemilih, khususnya pemilih muda. Adapun perbedaannya terletak pada fokus penelitian. Penelitian terdahulu umumnya menekankan pada efektivitas media, dampak pesan, atau perilaku pemilih, sedangkan penelitian ini berfokus pada formulasi dan penerapan program Desak Anies sebagai strategi kampanye interaktif berbasis dialog. Dengan demikian, penelitian ini mengisi celah penelitian dengan menawarkan analisis strategis mengenai kampanye nonkonvensional dalam Pemilihan Presiden 2024.

## **1.6 Kerangka Pemikiran Teoritis**

Teori dalam penelitian berfungsi sebagai kerangka konseptual yang membantu peneliti menjelaskan, memprediksi, dan memahami hubungan

antarvariabel yang diteliti. Teori tidak hanya menjadi titik awal penelitian, tetapi juga menjadi lensa untuk melihat fenomena sosial yang kompleks. Dalam penelitian kualitatif, teori dapat digunakan secara fleksibel, baik sebagai dasar konseptual sejak awal maupun sebagai hasil yang muncul setelah proses analisis data. Dengan demikian, teori menjadi alat penting bagi peneliti untuk merumuskan kerangka berpikir yang sistematis dalam memahami dan menganalisis permasalahan penelitian (Craswell, 2014).

### **1. Strategi Kampanye**

Strategi kampanye merupakan rangkaian aktivitas komunikasi yang dirancang secara sistematis untuk memengaruhi khalayak tertentu melalui penyusunan pesan, penentuan target audiens, pemilihan media, serta pembentukan citra kandidat (Venus, 2004). Dalam konteks politik modern, strategi kampanye tidak hanya berorientasi pada penyampaian informasi politik semata, tetapi juga pada upaya membangun keterlibatan dan kedekatan emosional antara kandidat dengan masyarakat. Strategi kampanye menjadi bagian penting dalam proses komunikasi politik karena menentukan bagaimana pesan politik dikemas dan disampaikan agar mampu menarik perhatian publik serta menciptakan interaksi yang efektif dengan pemilih.

Perkembangan teknologi digital turut memengaruhi perubahan pola strategi kampanye politik, khususnya dalam Pemilihan Presiden 2024 yang didominasi oleh pemilih muda dan generasi digital. Kelompok pemilih ini cenderung lebih menyukai komunikasi politik yang bersifat terbuka, interaktif, dan partisipatif dibandingkan pola kampanye konvensional yang hanya menempatkan

masyarakat sebagai penerima pesan politik secara pasif. Oleh karena itu, strategi kampanye interaktif menjadi semakin relevan digunakan oleh kandidat untuk membangun komunikasi yang lebih dekat dengan masyarakat, baik melalui forum tatap muka maupun pemanfaatan media digital.

Dalam penelitian ini, program Desak Anies dipahami sebagai bentuk implementasi strategi kampanye interaktif yang menggabungkan pendekatan kampanye tatap muka (offline) dan kampanye digital (online). Melalui forum dialog terbuka, masyarakat diberikan kesempatan untuk bertanya, menyampaikan kritik, serta berdiskusi secara langsung dengan kandidat mengenai berbagai isu publik. Selain dilaksanakan secara langsung di berbagai daerah, kegiatan ini juga disiarkan dan disebarluaskan melalui platform media sosial seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan X sehingga mampu menjangkau audiens yang lebih luas. Pendekatan tersebut menunjukkan bahwa strategi kampanye tidak lagi hanya berfokus pada mobilisasi massa, tetapi juga pada penciptaan ruang komunikasi yang dialogis dan partisipatif.

Selain itu, strategi kampanye dalam program Desak Anies juga terlihat dari upaya membangun citra kandidat sebagai sosok yang terbuka, responsif, dan dekat dengan masyarakat, khususnya generasi muda. Pemanfaatan media digital, format dialog terbuka, serta keterlibatan publik dalam forum menunjukkan adanya penyesuaian strategi kampanye terhadap perubahan perilaku pemilih di era digital. Dengan demikian, teori strategi kampanye dari Antar Venus digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis bagaimana

formulasi program Desak Anies dirancang dan dijalankan sebagai strategi kampanye interaktif dalam Pemilihan Presiden 2024.

## **2. Komunikasi Politik Digital**

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan fundamental terhadap pola komunikasi politik. Jika sebelumnya kampanye politik lebih banyak mengandalkan metode konvensional seperti rapat umum, pemasangan baliho, iklan di media cetak, dan siaran televisi, kini praktik kampanye semakin bergeser ke ranah digital. Perubahan ini dipengaruhi oleh meningkatnya penggunaan internet dan media sosial dalam kehidupan masyarakat, sehingga komunikasi politik tidak lagi terbatas pada ruang dan waktu tertentu. Dalam konteks ini, media digital menjadi sarana penting bagi kandidat untuk menyampaikan pesan politik secara lebih cepat, luas, dan interaktif kepada masyarakat.

Komunikasi politik digital menciptakan peluang bagi kandidat untuk membangun hubungan yang lebih personal dan interaktif dengan pemilih (Lilleker, 2011). Melalui media sosial, kandidat dapat menjangkau audiens yang lebih luas, menyampaikan pesan politik secara real-time, serta menciptakan ruang dialog yang memungkinkan terjadinya interaksi langsung dengan masyarakat. Berbeda dengan pola komunikasi politik konvensional yang cenderung satu arah, media digital memungkinkan masyarakat untuk memberikan komentar, pertanyaan, maupun kritik secara langsung kepada kandidat melalui berbagai platform digital. Kondisi tersebut menunjukkan

adanya pergeseran pola komunikasi politik dari model satu arah menuju komunikasi dua arah yang lebih dialogis dan partisipatif.

Dalam Pemilu 2024, platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan Twitter menjadi sarana utama dalam membangun kedekatan dengan pemilih, terutama generasi muda yang mayoritas mengakses informasi politik melalui media sosial (Indikator Politik Indonesia, 2023). Generasi muda cenderung lebih tertarik pada bentuk komunikasi yang interaktif, cepat, dan mudah diakses melalui perangkat digital. Oleh karena itu, strategi kampanye digital menjadi elemen penting dalam desain kampanye politik modern. Kandidat dan tim kampanye tidak hanya memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang untuk membangun engagement dan interaksi dengan publik. Dalam konteks ini, keberhasilan kampanye digital tidak hanya diukur dari banyaknya konten yang disebar, tetapi juga dari tingkat keterlibatan masyarakat terhadap konten tersebut.

Program Desak Anies menjadi salah satu contoh pemanfaatan komunikasi politik digital dalam praktik kampanye politik modern. Program ini memanfaatkan kekuatan media digital dengan menyiarkan forum diskusi secara daring melalui berbagai platform media sosial, sehingga mampu memperluas jangkauan audiens sekaligus menjaga keterlibatan publik. Melalui siaran langsung, potongan video, hingga cuplikan jawaban kandidat yang tersebar di media sosial, masyarakat yang tidak hadir secara langsung tetap dapat mengikuti jalannya diskusi dan terlibat dalam percakapan politik di ruang digital. Dengan demikian, Desak Anies tidak hanya berfungsi sebagai forum

dialog tatap muka, tetapi juga sebagai bagian dari strategi komunikasi politik digital yang menghubungkan interaksi di ruang fisik dengan penyebaran pesan politik di media sosial.

### **1.7 Oprasional Konsep**

Operasional konsep merupakan upaya untuk menerjemahkan konsep yang bersifat abstrak ke dalam bentuk yang lebih konkret dan terukur. Langkah ini dilakukan untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam memahami, menilai, dan mengukur variabel penelitian (Singarimbun, 1989). Selain itu, operasionalisasi konsep juga bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam melakukan analisis terhadap fenomena yang diteliti. Kualitas kerangka operasional dapat dilihat dari sejauh mana dimensi-dimensi yang diuraikan mampu memberikan gambaran yang tepat mengenai konsep yang dikaji dalam penelitian. Dengan adanya operasional konsep, peneliti dapat menentukan batasan penelitian secara lebih jelas sehingga proses pengumpulan dan analisis data dapat dilakukan secara lebih terarah dan sistematis.

Operasional konsep dalam penelitian ini disusun berdasarkan judul penelitian, yaitu “Formulasi Program Kampanye Desak Anies pada Pemilihan Presiden 2024”. Berdasarkan judul tersebut, terdapat dua konsep utama yang menjadi fokus penelitian. Pertama, strategi kampanye interaktif yang diterapkan oleh tim kampanye Anies Baswedan, yang mencakup proses perencanaan, perumusan, serta pelaksanaan metode kampanye berbasis interaksi langsung dengan masyarakat. Konsep ini digunakan untuk melihat bagaimana tim

kampanye merancang pendekatan komunikasi politik yang berbeda dari kampanye konvensional, khususnya dalam menciptakan keterlibatan publik melalui forum dialog.

Kedua, program Desak Anies sebagai bentuk implementasi dari strategi kampanye tersebut, yang dirancang untuk menciptakan komunikasi dua arah antara kandidat dan pemilih melalui forum dialog yang terbuka dan partisipatif. Program ini dipahami sebagai media komunikasi politik yang memungkinkan masyarakat untuk menyampaikan pertanyaan, kritik, maupun aspirasi secara langsung kepada kandidat. Penggalan terhadap kedua konsep tersebut dilakukan untuk memahami bagaimana strategi kampanye interaktif dijalankan, bagaimana proses formulasi program dilakukan, serta bagaimana program Desak Anies dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi politik yang dapat memengaruhi persepsi, preferensi, dan keterlibatan politik masyarakat dalam Pemilihan Presiden 2024. Selain itu, operasional konsep ini juga digunakan untuk melihat bagaimana perubahan pola komunikasi politik terjadi melalui penggunaan pendekatan kampanye yang lebih dialogis, partisipatif, dan terintegrasi dengan media digital.

### **1.8 Argumen Penelitian**

Penelitian ini berangkat dari fenomena munculnya program Desak Anies sebagai salah satu bentuk kampanye politik dengan model baru dalam Pemilihan Presiden 2024. Di tengah praktik kampanye politik yang selama ini didominasi oleh metode konvensional seperti penggunaan baliho, iklan politik,

rapat umum, maupun kampanye berbasis mobilisasi massa, program Desak Anies hadir dengan pendekatan yang berbeda melalui dialog langsung antara kandidat dan masyarakat. Kehadiran program ini menunjukkan adanya perubahan dalam pola komunikasi politik, di mana kampanye tidak lagi hanya berorientasi pada penyampaian pesan secara satu arah, tetapi mulai menekankan pentingnya interaksi dan keterlibatan publik dalam proses komunikasi politik. Dalam konteks ini, masyarakat tidak hanya diposisikan sebagai penerima pesan kampanye, melainkan juga sebagai pihak yang aktif menyampaikan pertanyaan, kritik, maupun aspirasi secara langsung kepada kandidat. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa praktik kampanye politik di Indonesia mulai bergerak menuju model komunikasi yang lebih partisipatif dan interaktif.

Fenomena munculnya Desak Anies juga tidak dapat dilepaskan dari perkembangan media digital dan perubahan perilaku masyarakat dalam mengakses informasi politik. Di era digital, masyarakat memiliki akses yang lebih luas terhadap berbagai informasi politik melalui media sosial dan platform digital lainnya. Kondisi ini turut memengaruhi cara kandidat maupun tim kampanye dalam membangun komunikasi dengan publik. Kampanye politik tidak lagi hanya dilakukan melalui media massa konvensional atau pertemuan tatap muka formal, tetapi juga memanfaatkan ruang digital sebagai sarana untuk membangun kedekatan dan interaksi dengan masyarakat. Dalam situasi tersebut, Desak Anies hadir sebagai bentuk kampanye yang mengombinasikan interaksi langsung di ruang fisik dengan penyebaran komunikasi melalui media digital. Dokumentasi kegiatan yang disebarluaskan melalui media sosial

memungkinkan pesan dan dinamika interaksi dalam forum untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Dengan demikian, program ini mencerminkan adanya integrasi antara ruang luring dan daring dalam praktik kampanye politik modern.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kampanye politik digital dan nonkonvensional memiliki pengaruh terhadap partisipasi dan persepsi pemilih, khususnya di kalangan pemilih muda. Pemanfaatan media sosial dalam kampanye politik dinilai mampu meningkatkan keterlibatan masyarakat karena memberikan akses yang lebih cepat dan interaktif terhadap informasi politik. Selain itu, pendekatan kampanye yang bersifat nonkonvensional juga dianggap lebih mampu menarik perhatian masyarakat dibandingkan pola kampanye tradisional yang cenderung formal dan satu arah. Namun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu lebih banyak menekankan pada aspek efektivitas media, dampak pesan kampanye terhadap perilaku memilih, maupun pengaruh media digital terhadap pembentukan opini publik. Kajian yang secara khusus membahas proses perumusan dan penerapan program kampanye dialogis sebagai strategi komunikasi politik masih relatif terbatas.

Selain itu, penelitian terdahulu umumnya lebih berfokus pada hasil akhir kampanye, seperti perubahan preferensi politik atau tingkat elektabilitas kandidat, dibandingkan proses komunikasi yang berlangsung di dalam kegiatan kampanye itu sendiri. Padahal, dinamika interaksi yang terjadi dalam forum kampanye dialogis juga merupakan bagian penting yang dapat memberikan

gambaran mengenai perubahan pola komunikasi politik di masyarakat. Dalam konteks ini, penting untuk memahami bagaimana suatu program kampanye dirancang, dijalankan, dan dimaknai oleh pihak-pihak yang terlibat di dalamnya. Oleh karena itu, penelitian mengenai Desak Anies menjadi relevan karena dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai praktik kampanye politik nonkonvensional yang menekankan keterlibatan publik secara langsung.

Dalam konteks tersebut, Desak Anies menjadi menarik untuk diteliti karena program ini tidak hanya memanfaatkan media digital sebagai sarana penyebaran informasi kampanye, tetapi juga menggabungkan pendekatan luring dan daring dalam satu format komunikasi politik. Forum dialog yang dilakukan secara langsung memungkinkan masyarakat untuk menyampaikan pertanyaan, kritik, dan aspirasi kepada kandidat secara terbuka. Sementara itu, dokumentasi kegiatan yang disebarluaskan melalui media sosial memperluas jangkauan komunikasi kepada masyarakat yang tidak hadir secara langsung di lokasi kegiatan. Dengan demikian, Desak Anies tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan kampanye tatap muka, tetapi juga sebagai konten komunikasi politik digital yang dapat dikonsumsi oleh publik secara luas.

Program ini juga menunjukkan adanya perubahan posisi masyarakat dalam praktik kampanye politik. Jika dalam kampanye konvensional masyarakat cenderung ditempatkan sebagai audiens pasif yang menerima pesan dari kandidat, maka dalam Desak Anies masyarakat memiliki kesempatan untuk menjadi subjek aktif dalam proses komunikasi politik. Peserta dapat secara

langsung mengajukan pertanyaan, menyampaikan kritik, maupun memberikan tanggapan terhadap isu-isu yang dibahas dalam forum. Situasi tersebut menciptakan pola komunikasi yang lebih terbuka dan interaktif dibandingkan model kampanye politik konvensional. Selain itu, forum dialog seperti ini juga memungkinkan masyarakat untuk menilai secara langsung cara kandidat merespons persoalan publik, sehingga menciptakan pengalaman komunikasi politik yang lebih partisipatif.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini berargumen bahwa program Desak Anies tidak dapat dipahami semata-mata sebagai konten kampanye atau strategi pencitraan politik, melainkan sebagai bagian dari strategi kampanye nonkonvensional dan interaktif yang merefleksikan perubahan pola komunikasi politik di Indonesia. Program ini menunjukkan adanya upaya untuk membangun hubungan yang lebih dekat antara kandidat dan masyarakat melalui pendekatan dialogis yang menekankan keterlibatan publik. Selain itu, Desak Anies juga memperlihatkan bagaimana media digital digunakan tidak hanya sebagai alat penyebaran informasi, tetapi juga sebagai bagian integral dari strategi komunikasi politik yang menghubungkan ruang fisik dan ruang digital. Dengan demikian, program ini mencerminkan perubahan dalam cara kampanye politik dijalankan di era digital.

Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mengkaji bagaimana program Desak Anies diformulasikan, dijalankan, dan dimaknai oleh berbagai aktor yang terlibat, baik dari pihak tim kampanye, peserta program, maupun akademisi. Kajian tersebut penting dilakukan untuk memahami dinamika

komunikasi yang terjadi dalam program kampanye dialogis serta melihat bagaimana strategi tersebut diterapkan dalam konteks politik Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga penting untuk melihat bagaimana masyarakat memaknai keterlibatan mereka dalam forum kampanye politik yang lebih terbuka dan interaktif. Dengan memahami perspektif dari berbagai pihak, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai praktik kampanye nonkonvensional dalam Pemilihan Presiden 2024.

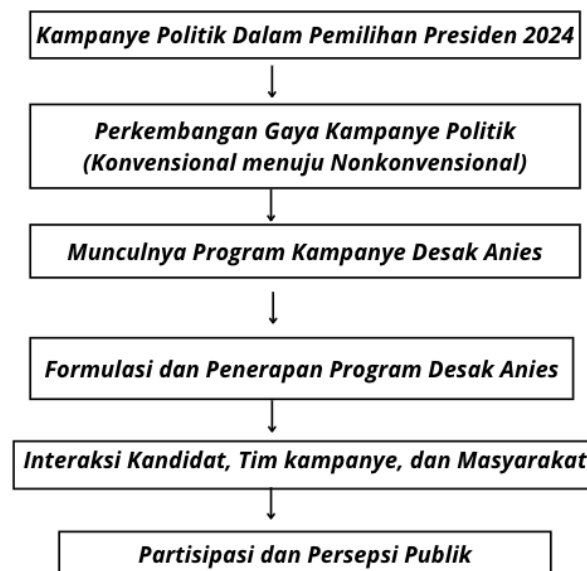
Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini berupaya memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi kampanye nonkonvensional melalui program Desak Anies. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada proses, pengalaman, serta makna yang dibangun oleh para aktor yang terlibat dalam kegiatan kampanye tersebut. Melalui wawancara dan pengamatan, penelitian ini berusaha memahami bagaimana interaksi antara kandidat dan masyarakat berlangsung, bagaimana peserta memaknai pengalaman mereka dalam forum dialog, serta bagaimana strategi komunikasi politik dijalankan dalam praktiknya. Pendekatan ini memungkinkan penelitian untuk melihat fenomena Desak Anies secara lebih kontekstual dan mendalam dibandingkan sekadar mengukur efektivitas kampanye secara kuantitatif.

Argumen utama penelitian ini adalah bahwa pendekatan dialogis dan interaktif dalam kampanye politik memiliki implikasi penting terhadap praktik komunikasi politik dan partisipasi masyarakat. Model kampanye seperti Desak Anies menunjukkan bahwa masyarakat tidak lagi hanya menjadi penerima

pesan politik secara pasif, tetapi mulai terlibat secara lebih aktif dalam proses komunikasi politik. Kehadiran ruang dialog memungkinkan terjadinya pertukaran gagasan antara kandidat dan masyarakat, sehingga kampanye politik tidak hanya berfungsi sebagai sarana persuasi, tetapi juga sebagai ruang partisipasi publik. Oleh karena itu, program Desak Anies layak dikaji sebagai bagian dari dinamika kampanye politik dalam Pemilihan Presiden 2024, khususnya dalam melihat perubahan pola komunikasi politik di era digital dan meningkatnya tuntutan masyarakat terhadap keterbukaan serta interaktivitas dalam proses kampanye politik.

### 1.9 Kerangka Berpikir

Berikut dasar penulisan yang digunakan penulis dalam penelitian ini.



**Gambar 1. 4. Kerangka Berpikir**

Sumber: Diolah oleh penulis, 2026

## **1.10 Metode Penelitian**

Metode penelitian merupakan strategi atau cara yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data atau informasi yang valid dan dapat dipertanggung jawabkan. Metode penelitian mencakup teknik-teknik yang digunakan untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasi data. Secara umum metodologi penelitian memiliki komponen utama yaitu, kualitatif, kuantitatif dan campuran dengan teknik pengumpulan data yaitu eksperimen, survey, wawancara dan observasi.

### **1.10.1 Tipe Penelitian**

Penelitian ini menggunakan tipe kualitatif dengan metode deskriptif analitis. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami fenomena strategi kampanye interaktif melalui program Desak Anies secara mendalam, serta menganalisis pengaruhnya terhadap pemilih dalam konteks Pemilihan Presiden 2024. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti mengeksplorasi proses komunikasi politik, interaksi kandidat dengan pemilih, serta persepsi pemilih secara holistik.

### **1.10.2 Situs Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan dengan mengambil lokus pada pelaksanaan program Desak Anies di Kota Semarang dan Kota Yogyakarta. Pemilihan kedua kota tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa keduanya merupakan daerah yang menjadi lokasi penyelenggaraan program Desak Anies dengan tingkat partisipasi masyarakat yang tinggi, khususnya dari kalangan generasi muda. Selain itu, Semarang dan Yogyakarta

memiliki karakteristik sebagai kota pendidikan yang dihuni oleh mahasiswa dan kelompok masyarakat yang aktif dalam diskusi publik serta memiliki ketertarikan terhadap isu-isu politik dan demokrasi.

Kota Semarang dipilih karena menjadi salah satu lokasi penyelenggaraan Desak Anies dengan jumlah peserta yang besar selama masa kampanye Pemilihan Presiden 2024. Kegiatan yang dilaksanakan di Semarang mendapatkan perhatian luas dari masyarakat dan media, serta dihadiri oleh ribuan peserta yang didominasi oleh generasi muda. Tingginya antusiasme peserta menjadikan Kota Semarang relevan untuk melihat bagaimana strategi kampanye interaktif diterapkan dan diterima oleh masyarakat.

Sementara itu, Kota Yogyakarta dipilih karena memiliki karakteristik sebagai kota pelajar dan pusat aktivitas intelektual yang dihuni oleh berbagai komunitas mahasiswa serta kelompok masyarakat sipil. Pelaksanaan Desak Anies di Yogyakarta menunjukkan dinamika interaksi yang menarik antara kandidat dan masyarakat dalam forum dialog terbuka. Kondisi tersebut menjadikan Yogyakarta sebagai lokasi yang relevan untuk mengkaji penerapan strategi kampanye interaktif yang menekankan partisipasi publik dan komunikasi dua arah.

Melalui pemilihan dua lokus penelitian tersebut, peneliti berupaya memperoleh gambaran mengenai bagaimana formulasi dan pelaksanaan program Desak Anies dijalankan sebagai strategi kampanye interaktif dalam

konteks sosial dan politik yang berbeda, namun sama-sama memiliki tingkat partisipasi publik yang tinggi.

### 1.10.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sesuatu yang diteliti baik orang, benda ataupun lembaga (organisasi) yang akan dikenai simpulan hasil penelitian. Terdapat beberapa subjek penelitian yang akan diwawancarai dalam penelitian ini, subjek tersebut antara lain dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 1. 2. Subjek Wawancara**

<b>NO</b>	<b>Nama Informan</b>	<b>Keterangan</b>
<b>1</b>	Siti Nurmarkesi	Tim Sukses Anies-Imin
<b>2</b>	Fitriyah	Akademisi
<b>3</b>	Andrea Nesya	Peserta Program Desak Anies
<b>4</b>	Satria Fawaz	Peserta Program Desak Anies

Sumber: Diolah oleh penulis, 2026

### 1.10.4 Jenis Data

Jenis data yang digunakan peneliti adalah data kualitatif, data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur secara langsung dan disajikan dalam bentuk kata-kata verbal bukan dalam bentuk angka.

### 1.10.5 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh informasi yang relevan dan mendalam sesuai dengan fokus penelitian mengenai program kampanye Desak Anies sebagai gaya kampanye

nonkonvensional dalam Pemilihan Presiden 2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, sehingga data yang dikumpulkan bersifat deskriptif dan berorientasi pada pemaknaan terhadap fenomena yang diteliti. Sumber data dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua jenis, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

Sumber data primer merupakan data utama yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari informan penelitian. Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan pihak-pihak yang memiliki keterkaitan langsung serta pemahaman yang mendalam terhadap program kampanye Desak Anies. Informan penelitian meliputi tim kampanye atau penyelenggara program Desak Anies yang memahami latar belakang, tujuan, serta proses perancangan dan pelaksanaan program, peserta atau masyarakat yang pernah mengikuti kegiatan Desak Anies dan dapat memberikan pandangan mengenai pengalaman, tingkat interaktivitas, serta dampak program, serta akademisi yang memiliki kompetensi di bidang komunikasi politik dan kampanye politik untuk memberikan perspektif analitis dan objektif.

Sumber data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh dari berbagai bahan tertulis dan dokumentasi yang relevan dengan penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini meliputi buku-buku ilmiah, jurnal akademik, hasil penelitian terdahulu, artikel media massa, laporan resmi, peraturan perundang-undangan, serta dokumen digital yang berkaitan dengan kampanye politik, kampanye nonkonvensional,

komunikasi politik, dan program Desak Anies. Selain itu, data sekunder juga diperoleh dari dokumentasi kegiatan Desak Anies yang tersedia melalui media sosial, situs resmi, serta platform digital lainnya.

Penggunaan sumber data primer dan sekunder dalam penelitian ini dimaksudkan untuk saling melengkapi dan memperkuat analisis penelitian. Data primer memberikan gambaran empiris mengenai praktik dan pengalaman langsung terkait program Desak Anies, sementara data sekunder digunakan untuk memperkuat landasan teoretis serta memberikan konteks yang lebih luas terhadap temuan penelitian.

#### **1.10.6 Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui dua teknik utama, yaitu:

1. Wawancara

Wawancara mendalam (*in depth interview*) digunakan sebagai teknik utama dalam pengumpulan data primer. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan berpedoman pada pedoman wawancara yang telah disusun sebelumnya. Teknik ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali informasi secara mendalam, fleksibel, dan terbuka sesuai dengan pengalaman serta pandangan informan. Wawancara dilakukan kepada tim kampanye atau penyelenggara program Desak Anies untuk memperoleh informasi mengenai latar belakang, tujuan, perancangan, serta strategi pelaksanaan program; kepada peserta atau masyarakat yang mengikuti program Desak Anies untuk mengetahui pengalaman, persepsi,

serta tingkat interaktivitas yang dirasakan; serta kepada pengamat atau akademisi untuk mendapatkan pandangan analitis mengenai karakteristik dan implikasi program Desak Anies dalam konteks kampanye politik di Indonesia.

## 2. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan menelaah berbagai sumber tertulis yang relevan, seperti buku ilmiah, jurnal akademik, hasil penelitian terdahulu, artikel media massa, serta dokumen kebijakan yang berkaitan dengan kampanye politik, komunikasi politik, dan kampanye nonkonvensional. Studi pustaka bertujuan untuk membangun landasan teoretis, memperkuat analisis, serta menempatkan temuan penelitian dalam konteks kajian akademik yang lebih luas.

### **1.10.7 Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan tujuan untuk mengolah, memahami, serta menafsirkan data yang diperoleh dari hasil wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Teknik analisis data ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian serta memudahkan peneliti dalam menarik kesimpulan berdasarkan data yang diperoleh di lapangan. Selain itu, teknik analisis ini juga dilakukan sebagai upaya untuk memudahkan pembaca dalam memahami hasil penelitian. Menurut Miles dan Huberman, analisis data kualitatif terdiri atas empat tahapan, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta

penarikan kesimpulan dan verifikasi (Saleh, 2017). Adapun tahapan analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan data, merupakan tahap awal dalam analisis data, yaitu proses mengumpulkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam, dokumentasi, serta studi pustaka. Data yang dikumpulkan berasal dari informan yang telah ditentukan, seperti tim kampanye atau penyelenggara program Desak Anies, peserta program, serta pengamat atau akademisi. Seluruh data hasil wawancara dicatat dalam bentuk catatan lapangan dan transkrip wawancara, sedangkan data dokumentasi dikumpulkan dari berbagai sumber yang relevan.
2. Reduksi data, merupakan proses pemilihan, penyederhanaan, pengabstrakan, serta transformasi data mentah yang diperoleh dari catatan lapangan. Pada tahap ini, peneliti menyeleksi data yang relevan dengan fokus penelitian, yaitu program kampanye Desak Anies sebagai gaya kampanye nonkonvensional dalam Pemilihan Presiden 2024. Data yang telah direduksi kemudian dikelompokkan berdasarkan tema-tema tertentu, seperti perancangan program, strategi komunikasi politik, bentuk interaksi, serta persepsi dan partisipasi masyarakat. Tahapan ini dilakukan untuk memusatkan perhatian pada aspek-aspek yang dianggap penting dan krusial dalam penelitian.

3. Penyajian data, merupakan proses menyusun sekumpulan informasi yang telah direduksi ke dalam bentuk yang sistematis dan terstruktur. Data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif yang disusun berdasarkan kategori dan tema yang telah ditentukan. Penyajian data ini bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam memahami pola, hubungan antar konsep, serta kecenderungan yang muncul dari data penelitian, sehingga mempermudah proses analisis lebih lanjut.
4. Penarikan kesimpulan, merupakan tahap akhir dalam analisis data, yaitu proses penafsiran terhadap data yang telah disajikan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Kesimpulan yang dihasilkan tidak bersifat final sejak awal, melainkan terus diverifikasi selama proses penelitian berlangsung. Verifikasi dilakukan dengan cara membandingkan data dari berbagai sumber, menelaah kembali catatan lapangan, serta menyesuaikan temuan penelitian dengan kerangka teori yang digunakan, sehingga kesimpulan yang dihasilkan memiliki dasar empiris yang kuat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

#### **1.10.8 Kualitas Data**

Kualitas data dalam penelitian sangat penting karena berdampak langsung pada keakuratan dan keandalan informasi yang digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian. Penelitian ini bertujuan menghasilkan

temuan yang akurat dan relevan, sehingga data yang dikumpulkan harus memenuhi standar keabsahan, keandalan, dan konsistensi.

Untuk memastikan kualitas data sesuai standar, peneliti menggunakan beberapa teknik validasi, antara lain wawancara mendalam (*in depth interview*) untuk menggali informasi secara komprehensif dari informan yang relevan, serta teknik dokumentasi yang memanfaatkan sumber-sumber kredibel seperti arsip resmi, laporan kegiatan, publikasi akademik, dan literatur ilmiah. Dengan cara ini, diharapkan data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan mendukung temuan penelitian.