

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Analisis Konten Kampanye Politik Pramono Anung-Rano Karno melalui Akun @pasmingbased dan @ahmad.dekatama”. Fenomena kampanye politik melalui media sosial semakin menegaskan bahwa ruang digital telah menjadi arena strategis dalam kontestasi elektoral. Kehadiran figur nonformal seperti Ahmad Dekatama memperlihatkan bahwa komunikasi politik tidak sepenuhnya dimonopoli oleh partai atau tim resmi, tetapi juga digerakkan oleh aktor kreatif di luar struktur formal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi kampanye politik pasangan Pramono Anung-Rano Karno melalui konten yang dipublikasikan pada TikTok @pasmingbased dan Instagram @ahmad.dekatama dalam rangka Pilkada Jakarta 2024. Teori yang digunakan adalah strategi kampanye politik Hanspeter Kriesi, Laurent Bernhard, dan Regula Hänggli, sedangkan metode penelitian yang diterapkan adalah analisis isi dari Klaus Krippendorff.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kampanye lebih menekankan pada aspek simbolik, emosional, dan kultural melalui musik populer, plesetan lagu, humor, simbol angka tiga, serta *pseudo-event* seperti konser dan karaoke publik. Strategi tersebut mencerminkan pola *mobilizing* dan *crafting the message* yang berorientasi pada pemilih muda urban yang aktif di media sosial. Kehadiran Ahmad Dekatama sebagai aktor nonformal berfungsi sebagai mediator kepercayaan antara kandidat dan publik, serta memperkuat citra kandidat sebagai sosok yang akrab, terbuka, dan dekat dengan budaya populer. Makna politik dari temuan ini adalah bahwa demokrasi elektoral di Indonesia tengah bergerak menuju model komunikasi politik yang lebih horizontal dan partisipatif, dengan jaringan informal dan ekspresi budaya populer sebagai instrumen penting mobilisasi elektoral. Temuan ini juga mengindikasikan bahwa aktor nonformal memiliki posisi strategis dalam produksi makna politik di era digital, sehingga membuka peluang sekaligus tantangan bagi kualitas demokrasi Indonesia di masa depan.

Kata Kunci: Kampanye Politik, Media Sosial, Analisis Isi, TikTok, Instagram

ABSTRACT

This research, entitled “Analisis Konten Kampanye Politik Pramono Anung-Rano Karno melalui Akun @pasmingbased dan @ahmad.dekatama”, examines the growing role of social media as a strategic arena in electoral contests. The presence of nonformal actors such as Ahmad Dekatama illustrates that political communication is no longer monopolized by parties or official campaign teams, but is also driven by creative figures outside formal structures. The study aims to analyze the campaign strategies employed by the Pramono Anung-Rano Karno pair through the content published on TikTok @pasmingbased and Instagram @ahmad.dekatama during the 2024 Jakarta gubernatorial election. The research applies the political campaign strategy theory of Hanspeter Kriesi, Laurent Bernhard, and Regula Hänggli, and employs Klaus Krippendorff’s content analysis method.

The findings reveal that the campaign strategy emphasizes symbolic, emotional, and cultural aspects through popular music, humorous content, parody songs, the number three symbol, and pseudo-events such as concerts and public karaoke. This approach reflects the dimensions of mobilizing and crafting the message, targeting primarily young urban voters who are active on social media. The role of Ahmad Dekatama as a nonformal actor is significant in mediating trust between the candidates and the public, reinforcing the candidates’ image as approachable, open, and closely aligned with popular culture. The political implication of these findings is that Indonesia’s electoral democracy is shifting toward a more horizontal and participatory model of political communication, where informal networks and popular cultural expressions play a crucial role in electoral mobilization. The study also highlights the strategic position of nonformal actors in shaping political meaning in the digital era, which creates both opportunities and challenges for the future quality of Indonesian democracy.

Keywords: *Political Campaign, Social Media, Content Analysis, TikTok, Instagram*