

ANALISIS PEMASARAN POLITIK DI INSTAGRAM: STUDI KASUS KAMPANYE DIGITAL RIDWAN KAMIL-SUSWONO DALAM PILKADA 2024

Nazwa Salsabila Yudithya¹, Cecep Safa'atul Barkah², Lina Auliana³, Tetty Herawaty⁴

¹²³⁴Departemen Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Padjadjaran, Jatinangor, Indonesia

¹Email: nazwa22010@mail.unpad.ac.id

Abstract: *This study examines the effectiveness of the Ridwan Kamil-Suswono digital political campaign on Instagram, focusing on how it builds political awareness, enhances the candidates' image, and attracts voter support. The research employs a qualitative approach with Social Network Analysis (SNA) to map the relationships and interactions among key figures in the campaign, such as influencers, the candidates, and their supporters. Additionally, content analysis is performed on 10 Instagram posts to identify the core messages regarding social welfare, education, sports, and religious engagement. The findings show that the campaign effectively utilized multimedia content to reach diverse audience segments, creating positive interactions and engagement through comments and other responses. The study concludes that digital campaigns, particularly those on Instagram, require not only strategic content creation but also active audience engagement to ensure a successful political communication strategy.*

Keywords: *Campaign Strategy; Content Analysis; Digital Marketing; Instagram; Social Network Analysis*

Abstraksi: Penelitian ini mengkaji efektivitas kampanye politik digital pasangan Ridwan Kamil-Suswono di Instagram, dengan fokus pada bagaimana kampanye ini membangun kesadaran politik, memperkuat citra calon, dan menarik dukungan pemilih. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan Analisis Jaringan Sosial (SNA) untuk memetakan hubungan dan interaksi antara aktor kunci dalam kampanye, seperti influencer, calon, dan pendukung mereka. Selain itu, analisis konten dilakukan pada 10 postingan Instagram untuk mengidentifikasi pesan-pesan inti terkait dengan kesejahteraan sosial, pendidikan, olahraga, dan keterlibatan agama. Temuan menunjukkan bahwa kampanye ini memanfaatkan konten multimedia dengan efektif untuk menjangkau berbagai segmen audiens, menciptakan interaksi positif melalui komentar dan respons lainnya. Studi ini menyimpulkan bahwa kampanye digital, khususnya yang dilakukan di Instagram, memerlukan tidak hanya pembuatan konten yang strategis, tetapi juga keterlibatan aktif dengan audiens untuk memastikan strategi komunikasi politik yang sukses.

Kata Kunci: *Analisis Konten; Kampanye Digital; Instagram; Pemasaran Politik; Analisis Jaringan Sosial*

Pendahuluan

Pemasaran politik digital telah menjadi salah satu elemen penting dalam komunikasi politik di era digital, terutama pada pemilihan kepala daerah seperti Pilkada 2024. Pemanfaatan media sosial sebagai saluran utama untuk menyampaikan pesan politik memegang peranan krusial dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun hubungan yang lebih personal dengan pemilih. Pasangan calon Ridwan Kamil-Suswono, dengan tagar #RIDOuntukJakarta, memanfaatkan Instagram sebagai platform utama untuk menyebarkan pesan-pesan kampanye mereka. Media sosial, khususnya Instagram, memberikan kesempatan bagi pasangan ini untuk membangun citra diri, menyampaikan visi dan misi, serta berinteraksi langsung dengan pemilih di Jakarta. Pendekatan ini mencerminkan perubahan signifikan dalam strategi pemasaran politik, yang sebelumnya bergantung pada media konvensional, menjadi lebih dinamis dan berbasis digital (Sutisna & SH, 2024). Menurut Sutisna dan SH (2024), pemasaran politik digital di era sekarang sangat bergantung pada penggunaan media sosial yang efektif untuk membangun citra dan mendapatkan dukungan dari pemilih. Pasangan Ridwan Kamil-Suswono menyadari pentingnya platform digital dalam mempengaruhi opini publik dan meningkatkan engagement dengan audiens mereka. Dalam konteks Pilkada Jakarta 2024, Instagram menjadi alat utama untuk

menyampaikan pesan-pesan kampanye yang berbicara langsung kepada berbagai segmen masyarakat Jakarta, mulai dari yang muda hingga yang lebih tua, serta berbagai kelompok sosial yang ada di kota ini. Melalui Instagram, pasangan ini tidak hanya mengumumkan program-program mereka, tetapi juga membangun identitas politik yang lebih dekat dengan masyarakat melalui interaksi sosial yang lebih intens (Arianto, 2022; Ahmad et al., 2024). Dalam menghadapi persaingan ketat pada Pilkada Jakarta, strategi pemasaran politik digital yang diterapkan oleh pasangan Ridwan Kamil-Suswono menggunakan teknik yang semakin canggih dan berbasis pada interaksi sosial yang lebih dekat dengan audiens. Hal ini juga mencakup upaya untuk memperluas jaringan dukungan mereka melalui kolaborasi dengan berbagai influencer, organisasi masyarakat, dan bahkan tokoh agama serta komunitas yang memiliki pengaruh besar di Jakarta (Wibowo et al., 2024). Melalui analisis penggunaan media sosial ini, dapat dilihat bagaimana pasangan ini memanfaatkan jaringan sosial untuk memperluas pengaruh mereka dan memperkuat pesan kampanye yang disampaikan.

Pemasaran politik digital yang diterapkan oleh pasangan RIDO sebelumnya dinilai efektif dalam menjangkau audiens yang luas. Namun, kontroversi yang muncul menunjukkan kelemahan dalam pengelolaan pesan publik di platform seperti Instagram, yang memiliki audiens beragam dan responsif terhadap isu-isu sensitif. Berdasarkan teori pemasaran politik digital, kesuksesan kampanye tidak hanya bergantung pada jangkauan, tetapi juga pada kesesuaian pesan dengan nilai dan norma audiens yang dituju. Kontroversi di Instagram menjadi bukti bahwa penggunaan humor dalam kampanye politik, meskipun sering dianggap cara efektif untuk membangun kedekatan emosional, dapat menjadi bumerang jika tidak dilakukan dengan bijaksana. Analisis konten terhadap unggahan dan komentar di Instagram menunjukkan bahwa banyak pengguna merasa pernyataan Ridwan Kamil dan Suswono tidak sensitif terhadap isu gender. Oleh karena itu, pasangan RIDO perlu memastikan bahwa pesan kampanye mereka disusun dengan lebih empatik dan relevan dengan audiens.

Dalam kampanye Pilkada Jakarta 2024, pemasaran politik digital yang digunakan oleh pasangan Ridwan Kamil-Suswono menunjukkan pendekatan yang sangat berbeda dengan kampanye tradisional yang hanya mengandalkan media massa. Fokus utama dalam pemasaran politik digital ini adalah penggunaan media sosial, terutama Instagram, untuk membangun hubungan dengan pemilih, menyampaikan visi dan misi, serta memperkenalkan calon kepada audiens yang lebih luas. Studi ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pasangan Ridwan Kamil-Suswono memanfaatkan pemasaran politik digital dalam menjangkau audiens mereka dan bagaimana strategi ini membentuk hubungan antara calon dan pemilih melalui platform Instagram. Seperti yang dijelaskan oleh Sutisna dan SH (2024), pemasaran politik di era digital tidak hanya tentang pengumuman atau penyampaian pesan, tetapi juga melibatkan pengelolaan hubungan dan interaksi dengan audiens. Oleh karena itu, pertanyaan yang perlu dijawab adalah bagaimana pasangan Ridwan Kamil-Suswono mengelola dan memanfaatkan platform Instagram untuk membangun kedekatan emosional dan kepercayaan pemilih terhadap calon mereka. Apakah pendekatan yang mereka gunakan efektif dalam membangun dukungan pemilih yang lebih luas, ataukah ada tantangan yang perlu diatasi dalam penggunaan pemasaran digital ini?

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh wawasan baru mengenai cara pemasaran politik digital diterapkan dalam Pilkada Jakarta 2024 dan bagaimana hal ini berpotensi memengaruhi pemilih dalam membuat keputusan. Hal ini menjadi sangat relevan dalam konteks dinamika politik digital yang semakin berkembang, terutama di negara-negara dengan populasi besar dan pemilih yang sangat bergantung pada media sosial dalam mendapatkan informasi politik (Aryantini et al., 2024).

Kajian Teori

a. Teori Pemasaran Politik Digital

Pemasaran politik digital menjadi salah satu aspek kunci dalam kampanye politik modern. Media sosial, khususnya Instagram, telah mengubah cara penyampaian pesan politik, memungkinkan kandidat untuk berinteraksi langsung dengan pemilih dan membangun citra diri mereka. Ridwan Kamil dan Suswono memanfaatkan Instagram sebagai platform utama dalam kampanye mereka pada Pilkada 2024, untuk menyebarkan informasi, memperkenalkan program-program politik mereka, dan membangun hubungan dengan pemilih Jakarta. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sutisna dan SH (2024), pemasaran politik digital dijelaskan sebagai suatu proses yang menggabungkan teknik-teknik pemasaran dengan komunikasi politik untuk mempengaruhi opini publik dan menarik perhatian pemilih. Instagram sebagai media sosial visual menawarkan keunggulan dalam memperkenalkan berbagai inisiatif kampanye melalui gambar dan video yang lebih mudah dicerna audiens (Sutisna & SH, 2024). Selain itu, pemasaran politik digital juga berfungsi sebagai alat untuk mengatasi kendala dalam komunikasi tradisional, seperti keterbatasan waktu dan ruang yang ada dalam kampanye konvensional. Pemasaran ini memungkinkan penyebaran pesan secara cepat dan massal, serta memberikan kesempatan bagi audiens untuk berinteraksi dengan calon pemimpin mereka. Menurut Arianto (2022), penggunaan platform seperti Instagram memungkinkan kandidat untuk membangun citra yang lebih dekat dengan pemilih melalui konten yang bersifat informal dan relatable, seperti membahas isu-isu sosial yang relevan bagi masyarakat urban Jakarta (Arianto, 2022).

b. Teori Jaringan Sosial (SNA)

Teori Jaringan Sosial (SNA) berfokus pada analisis hubungan dan interaksi antara aktor-aktor dalam suatu jaringan sosial. Dalam konteks kampanye Ridwan Kamil-Suswono, SNA dapat digunakan untuk memetakan siapa saja yang terlibat dalam penyebaran pesan kampanye, termasuk pemilih, influencer, dan kelompok-kelompok tertentu yang memiliki pengaruh besar, seperti komunitas Jakmania. Analisis ini dapat mengungkap bagaimana pesan kampanye menyebar melalui jaringan sosial dan siapa yang memiliki peran sentral dalam memperluas jangkauan tersebut (Singh et al., 2024). Dalam kampanye digital Ridwan Kamil-Suswono, SNA memberikan wawasan mengenai bagaimana interaksi sosial di Instagram dapat memperkuat atau membatasi jangkauan pesan politik mereka. Analisis jaringan sosial dapat menggambarkan bagaimana hubungan antara para pengikut, influencer, dan kelompok-kelompok terkait membentuk pola komunikasi yang lebih luas. Sebagai contoh, komunitas seperti Jakmania, yang merupakan kelompok penggemar Persija Jakarta, memiliki pengaruh besar dalam memperluas pesan kampanye pasangan ini, mengingat kedekatan mereka dengan pemilih Jakarta yang juga merupakan pendukung setia Persija (Khairiyah et al., 2023). SNA membantu memahami peran berbagai pihak dalam memperkuat pesan kampanye dan memetakan siapa saja yang menjadi pusat dalam jaringan komunikasi politik ini (Nurrokhman et al., 2020).

c. Teori Analisis Konten

Analisis konten adalah metode yang digunakan untuk mengevaluasi pesan yang terkandung dalam berbagai bentuk media, baik teks, gambar, video, maupun komentar. Dalam konteks pemasaran politik digital, analisis konten bertujuan untuk memahami bagaimana pesan-pesan kampanye disampaikan dan diterima oleh audiens. Ahmad et al. (2024) menunjukkan bahwa Instagram digunakan oleh pasangan Ridwan Kamil-Suswono untuk menyampaikan berbagai tema politik, seperti kesejahteraan sosial, dukungan terhadap olahraga, dan komitmen terhadap pembangunan Jakarta. Melalui analisis konten, dapat dipahami bagaimana setiap elemen visual dan teks dalam postingan mereka membangun narasi tertentu yang ingin disampaikan kepada pemilih Jakarta (Ahmad et al., 2024). Selain itu, analisis konten juga digunakan untuk mengevaluasi bagaimana pesan-pesan tersebut dipersepsikan oleh audiens melalui komentar dan respons yang diberikan. Dalam penelitian oleh Wibowo et al. (2024), ditemukan bahwa penggunaan konten yang berbasis gambar dan video dalam kampanye digital lebih efektif dalam

menarik perhatian pemilih dibandingkan dengan teks yang panjang dan formal. Hal ini menunjukkan pentingnya strategi visual dalam pemasaran politik digital, di mana gambar-gambar yang relevan dengan kehidupan pemilih dapat memperkuat pesan politik yang disampaikan (Wibowo et al., 2024).

d. Pemasaran Politik Digital dan Penggunaan SNA

Penggunaan pemasaran politik digital tidak hanya terbatas pada penyebaran pesan, tetapi juga mencakup evaluasi efektivitas strategi yang digunakan. Melalui analisis konten dan SNA, dapat dilihat bagaimana pasangan Ridwan Kamil-Suswono memanfaatkan Instagram untuk membangun kedekatan dengan audiens mereka. Menurut Sutisna dan SH (2024), pemasaran politik digital memungkinkan kandidat untuk menyesuaikan pesan dengan audiens tertentu dan membangun hubungan jangka panjang melalui komunikasi yang lebih personal dan langsung. Sebagai contoh, konten yang membahas dukungan terhadap Persija Jakarta atau kesejahteraan sosial lebih cenderung menarik perhatian audiens muda dan kelas pekerja di Jakarta yang menjadi basis pemilih mereka (Sutisna & SH, 2024). SNA juga memberikan pemahaman mengenai bagaimana pesan kampanye berkembang melalui jaringan sosial. Analisis ini membantu mengidentifikasi siapa saja yang menjadi penghubung utama dalam menyebarkan pesan kampanye, dan bagaimana interaksi antara pengikut dan influencer dapat memperbesar dampak dari pesan tersebut. Misalnya, dukungan dari tokoh masyarakat atau influencer yang memiliki audiens besar di Instagram dapat mempercepat penyebaran pesan kampanye dan memperkuat citra positif pasangan Ridwan Kamil-Suswono (Arianto, 2022). Secara keseluruhan, pemasaran politik digital yang melibatkan penggunaan Instagram, analisis konten, dan teori jaringan sosial (SNA) memberikan gambaran yang lebih mendalam tentang bagaimana pasangan Ridwan Kamil-Suswono memanfaatkan media sosial untuk membangun citra dan berinteraksi dengan pemilih mereka. Pemanfaatan strategi pemasaran ini tidak hanya terbatas pada penyebaran pesan, tetapi juga mencakup evaluasi dampak dari setiap konten yang diposting serta bagaimana hubungan dan interaksi sosial di dalam jaringan tersebut memengaruhi hasil kampanye.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai pemasaran politik digital yang diterapkan oleh pasangan Ridwan Kamil-Suswono pada kampanye Pilkada 2024. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali makna yang terkandung dalam konten digital, serta memahami bagaimana pesan-pesan kampanye diterima dan dipersepsikan oleh audiens. Analisis ini berfokus pada studi terhadap berbagai postingan yang dipublikasikan melalui Instagram, termasuk teks, gambar, dan respons dari pengikut atau audiens yang berinteraksi dengan konten tersebut. Social Network Analysis (SNA) digunakan untuk memetakan hubungan sosial dan interaksi yang terjadi antara calon, tim kampanye, influencer, dan audiens. Dengan menggunakan SNA, penelitian ini akan menggambarkan jaringan komunikasi yang terbentuk dalam kampanye digital, serta mengidentifikasi pihak-pihak yang memiliki pengaruh besar dalam menyebarkan pesan politik. Misalnya, keterlibatan komunitas Jakmania atau kelompok santri dapat menunjukkan seberapa luas jaringan penyebaran pesan kampanye Ridwan Kamil-Suswono di platform Instagram. Analisis konten kualitatif merupakan langkah penting dalam penelitian ini, yang mencakup pengumpulan dan evaluasi data dari 10 postingan Instagram pasangan Ridwan Kamil-Suswono. Postingan tersebut mencakup berbagai isu politik yang relevan, seperti kesejahteraan sosial, pendidikan, dukungan terhadap Persija, perhatian terhadap lingkungan, serta komitmen terhadap agama. Selain itu, interaksi di kolom komentar juga dianalisis untuk melihat bagaimana audiens merespons dan berinteraksi dengan konten yang diposting. Sumber data utama berasal dari konten yang dipublikasikan di akun Instagram pasangan Ridwan Kamil-Suswono, yang terdiri dari teks, gambar, video, serta interaksi komentar yang dapat memberikan gambaran lebih lanjut mengenai dampak pesan politik digital ini.

Hasil

Hasil dari analisis jaringan sosial pada kampanye digital pasangan Ridwan Kamil-Suswono menunjukkan bahwa tim kampanye mereka berhasil membangun hubungan yang kuat dengan beberapa kelompok kunci, seperti Jakmania, santri, influencer, dan key opinion leaders (KOLs). Kelompok-kelompok ini berperan penting dalam memperluas jangkauan pesan kampanye dan menciptakan efek viral yang meluas. Analisis jaringan sosial ini mengidentifikasi bahwa pengikut pasangan RIDO terbagi menjadi beberapa kluster berdasarkan minat dan perhatian mereka, yang saling terhubung melalui berbagai interaksi di media sosial, khususnya Instagram. Ini sejalan dengan konsep jaringan sosial dalam pemasaran politik digital, yang memungkinkan penyebaran pesan secara lebih efektif (Sutisna & SH, 2024; Wibowo et al., 2024).

Pemetaan hubungan antara tim kampanye, pengikut, dan influencer menunjukkan adanya hubungan yang tidak hanya bersifat satu arah. Dalam kampanye ini, interaksi terjadi secara dua arah antara tim kampanye dengan audiens, di mana tim kampanye secara aktif merespons komentar dan feedback dari pengikutnya. Misalnya, saat pasangan Ridwan Kamil-Suswono mengunggah konten mengenai transportasi gratis untuk Jakmania dan penguatan pendidikan madrasah, mereka menerima banyak komentar positif, serta pertanyaan yang langsung dijawab oleh tim kampanye. Hal ini menggambarkan pentingnya interaksi dalam membangun kepercayaan dan citra positif di mata audiens (Lubis et al., 2022; Ahmad et al., 2024).

Pentingnya peran influencer dan KOLs dalam kampanye ini sangat terlihat dalam pemetaan jaringan sosial. Hasil analisis menunjukkan bahwa influencer dengan audiens yang luas, terutama yang berfokus pada isu sosial dan olahraga, memainkan peran yang sangat besar dalam memperluas pesan kampanye. Pengikut yang terdiri dari penggemar sepak bola (Jakmania) dan komunitas santri, yang terhubung langsung dengan influencer dan KOLs, menjadi kunci penyebaran informasi ini ke audiens yang lebih luas. Seperti yang dijelaskan oleh Singh et al. (2024), pengaruh aktor kunci dalam jaringan sosial memiliki dampak yang signifikan dalam memperluas distribusi pesan dan menciptakan hubungan lebih lanjut dengan audiens yang relevan.

Salah satu temuan menarik dari SNA ini adalah struktur small-world network yang terjadi dalam kampanye ini. Small-world network merujuk pada jaringan yang terbentuk melalui hubungan pendek antara individu yang terhubung dalam jaringan lebih besar. Meskipun jumlah influencer atau KOLs yang terlibat dalam kampanye ini tidak begitu banyak, pengaruh mereka sangat besar dalam menyebarkan pesan. Audiens yang terhubung langsung dengan mereka membagikan pesan ini kepada audiens lebih luas, membentuk hubungan erat antar berbagai kelompok dalam jaringan yang lebih besar. Fenomena ini sesuai dengan teori yang dijelaskan oleh Laily (2020) mengenai struktur jaringan sosial yang lebih kecil namun sangat efektif dalam memperluas pesan melalui aktor yang memiliki pengaruh tinggi. SNA juga menunjukkan bahwa influencer yang terlibat dalam kampanye ini memiliki peran besar dalam menyebarkan pesan-pesan yang lebih spesifik, seperti dukungan terhadap Persija dan program kesejahteraan sosial. Berdasarkan data yang terkumpul, influencer yang berfokus pada topik olahraga menyebarkan pesan tentang fasilitas dan dukungan terhadap klub sepak bola lokal, sementara influencer yang berfokus pada isu pendidikan dan agama lebih banyak menyoroti program-program berbasis sosial dan keagamaan dari pasangan RIDO. Hal ini menggarisbawahi pentingnya pemilihan influencer yang tepat dalam memperkuat pesan politik (Nofiard, 2022; Aryantini et al., 2024).

Tanggapan audiens terhadap pesan yang disampaikan oleh pasangan Ridwan Kamil-Suswono sangat positif. Konten yang berkaitan dengan keberlanjutan lingkungan dan program sosial seperti dukungan terhadap marbot masjid dan pendidikan madrasah mendapatkan reaksi baik dari pengikut yang berhubungan dengan komunitas agama dan masyarakat luas. Audiens menunjukkan respons aktif dalam bentuk komentar dan pembagian konten kepada jaringan sosial mereka, yang secara langsung memperluas jangkauan kampanye tersebut. Di sisi lain, pesan yang

berkaitan dengan Persija mendapat banyak respons dari penggemar sepak bola, yang menunjukkan betapa besar pengaruh kelompok tersebut dalam menyebarkan pesan positif tentang pasangan calon (Utari, 2022; Alam et al., 2019). Selain itu, temuan dari analisis jaringan sosial ini menunjukkan adanya fenomena penyebaran pesan yang cepat melalui jaringan kecil, meskipun jumlah influencer atau KOLs yang terlibat terbatas. Hal ini memperkuat argumen bahwa pengaruh yang terpusat pada beberapa individu dapat memiliki efek luas dalam jaringan yang lebih besar. Dengan demikian, kampanye digital pasangan Ridwan Kamil-Suswono berhasil menciptakan jaringan kecil yang memiliki peran besar dalam mempercepat penyebaran pesan dan memperluas audiens mereka melalui hubungan sosial yang erat (Ahmad et al., 2024). Dengan menggunakan Social Network Analysis (SNA), kampanye digital pasangan Ridwan Kamil-Suswono dapat dianalisis dalam konteks interaksi sosial, penyebaran pesan, dan pengaruh dari kelompok-kelompok kunci. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya keterlibatan berbagai pihak dalam memperluas jangkauan kampanye dan membangun hubungan dengan audiens melalui platform digital seperti Instagram.

Pemasaran politik digital telah menjadi salah satu elemen penting dalam komunikasi politik di era digital, terutama pada pemilihan kepala daerah seperti Pilkada 2024. Pemanfaatan media sosial sebagai saluran utama untuk menyampaikan pesan politik memegang peranan krusial dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun hubungan yang lebih personal dengan pemilih. Pasangan calon Ridwan Kamil-Suswono, dengan tagar #RIDOuntukJakarta, memanfaatkan Instagram sebagai platform utama untuk menyebarkan pesan-pesan kampanye mereka. Media sosial, khususnya Instagram, memberikan kesempatan bagi pasangan ini untuk membangun citra diri, menyampaikan visi dan misi, serta berinteraksi langsung dengan pemilih di Jakarta. Pendekatan ini mencerminkan perubahan signifikan dalam strategi pemasaran politik, yang sebelumnya bergantung pada media konvensional, menjadi lebih dinamis dan berbasis digital (Sutisna & SH, 2024). Menurut Sutisna dan SH (2024), pemasaran politik digital di era sekarang sangat bergantung pada penggunaan media sosial yang efektif untuk membangun citra dan mendapatkan dukungan dari pemilih. Pasangan Ridwan Kamil-Suswono menyadari pentingnya platform digital dalam mempengaruhi opini publik dan meningkatkan engagement dengan audiens mereka. Dalam konteks Pilkada Jakarta 2024, Instagram menjadi alat utama untuk menyampaikan pesan-pesan kampanye yang berbicara langsung kepada berbagai segmen masyarakat Jakarta, mulai dari yang muda hingga yang lebih tua, serta berbagai kelompok sosial yang ada di kota ini. Melalui Instagram, pasangan ini tidak hanya mengumumkan program-program mereka, tetapi juga membangun identitas politik yang lebih dekat dengan masyarakat melalui interaksi sosial yang lebih intens (Arianto, 2022; Ahmad et al., 2024). Dalam menghadapi persaingan ketat pada Pilkada Jakarta, strategi pemasaran politik digital yang diterapkan oleh pasangan Ridwan Kamil-Suswono menggunakan teknik yang semakin canggih dan berbasis pada interaksi sosial yang lebih dekat dengan audiens. Hal ini juga mencakup upaya untuk memperluas jaringan dukungan mereka melalui kolaborasi dengan berbagai influencer, organisasi masyarakat, dan bahkan tokoh agama serta komunitas yang memiliki pengaruh besar di Jakarta (Wibowo et al., 2024). Melalui analisis penggunaan media sosial ini, dapat dilihat bagaimana pasangan ini memanfaatkan jaringan sosial untuk memperluas pengaruh mereka dan memperkuat pesan kampanye yang disampaikan. Namun, kampanye digital ini tidak sepenuhnya bebas dari tantangan. Kritik terhadap pasangan RIDO mencuat setelah beberapa pernyataan dalam kampanye mereka dinilai seksis oleh sebagian kalangan. Video yang menunjukkan Ridwan Kamil berkelakar tentang perempuan single parent menuai polemik di media sosial, khususnya Instagram, dengan tuduhan bahwa pernyataan tersebut melecehkan perempuan. Selain itu, Suswono juga menjadi sorotan karena candaannya mengenai janda kaya dan pemuda pengangguran dianggap tidak pantas dalam konteks kampanye. Kejadian ini menyoroti pentingnya penggunaan strategi komunikasi yang sensitif terhadap nilai sosial dan norma budaya dalam pemasaran politik digital. Kontroversi ini menjadi viral di Instagram dan mendapatkan berbagai respons, mulai dari kritik tajam hingga pembelaan dari pendukung pasangan RIDO. Banyak pengguna Instagram menggunakan kolom komentar untuk mengekspresikan kekecewaan

mereka, sementara sebagian lainnya menganggap bahwa isu tersebut sengaja dipolitisasi oleh lawan politik.



Gambar 1. Komentar negatif pada akun Ridwan Kamil

Selain itu, komunitas relawan juga memainkan peran penting dalam kampanye digital pasangan ini. Akun Instagram @satu.jakartarido, yang melabeli dirinya sebagai komunitas relawan pendukung pasangan RIDO di Jakarta, memiliki 1.503 pengikut dan 61 postingan yang aktif mempromosikan pasangan calon. Akun ini menjadi salah satu pusat penyebaran informasi kampanye, meskipun turut menerima banyak komentar negatif dari pengguna yang mengkritik kontroversi yang berkembang. Komunitas relawan ini menggambarkan upaya terorganisir untuk memperkuat pesan kampanye RIDO, tetapi harus menghadapi tantangan berupa respons negatif akibat kesalahan komunikasi politik yang terjadi.

Pemasaran politik digital yang diterapkan oleh pasangan RIDO sebelumnya dinilai efektif dalam menjangkau audiens yang luas. Namun, kontroversi yang muncul menunjukkan kelemahan dalam pengelolaan pesan publik di platform seperti Instagram, yang memiliki audiens beragam dan responsif terhadap isu-isu sensitif. Berdasarkan teori pemasaran politik digital, kesuksesan kampanye tidak hanya bergantung pada jangkauan, tetapi juga pada kesesuaian pesan dengan nilai dan norma audiens yang dituju. Kontroversi di Instagram menjadi bukti bahwa penggunaan humor dalam kampanye politik, meskipun sering dianggap cara efektif untuk membangun kedekatan emosional, dapat menjadi bumerang jika tidak dilakukan dengan bijaksana. Analisis konten terhadap unggahan dan komentar di Instagram menunjukkan bahwa banyak pengguna merasa pernyataan Ridwan Kamil dan Suswono tidak sensitif terhadap isu gender.



Gambar 2. Akun Instagram relawan Ridwan - Suswono

Kontroversi ini juga menyoroti pentingnya jaringan sosial dalam meredam dampak negatif dari pesan kampanye yang salah sasaran. Berdasarkan teori analisis jaringan sosial (SNA), pasangan RIDO dapat memanfaatkan koneksi dengan influencer di Instagram untuk memulihkan citra mereka. Beberapa influencer, seperti mantan aktor Sunda Jaja Miharja dan Andre Taulani, telah dikerahkan untuk memperkuat dukungan terhadap pasangan ini. Selain itu, komunitas Jawara yang mendukung pasangan RIDO juga berkontribusi dalam menyebarkan pesan-pesan positif, meskipun dampaknya masih terbatas oleh polemik yang berkembang di media sosial. Dukungan dari komunitas dan tokoh-tokoh tersebut dapat membantu mengalihkan fokus audiens dari kontroversi menuju program-program unggulan yang ditawarkan oleh pasangan RIDO.

Respon audiens di Instagram terhadap kontroversi ini menunjukkan perlunya evaluasi mendalam terhadap pendekatan komunikasi pasangan RIDO. Meskipun klarifikasi telah disampaikan, reaksi publik tetap menunjukkan sensitivitas tinggi terhadap isu-isu yang melibatkan stereotip gender. Untuk memulihkan kepercayaan publik, pasangan RIDO perlu menggunakan Instagram secara strategis untuk menekankan program-program yang berorientasi pada pemberdayaan perempuan, seperti kesejahteraan sosial bagi ibu tunggal dan penguatan pendidikan bagi anak-anak dari keluarga tidak mampu. Konten ini harus diproduksi dengan kualitas visual yang menarik dan narasi yang inklusif agar mampu menarik perhatian kembali dari audiens yang sempat kecewa.

Kontroversi yang melibatkan pasangan Ridwan Kamil-Suswono di Instagram menunjukkan pentingnya kehati-hatian dalam strategi komunikasi politik digital. Meskipun kampanye mereka sebelumnya dinilai inovatif dalam memanfaatkan media sosial, insiden ini menjadi pelajaran bahwa sensitivitas sosial dan norma budaya tidak boleh diabaikan. Dengan mengintegrasikan pendekatan berbasis teori pemasaran politik digital, analisis konten, dan analisis jaringan sosial, pasangan RIDO dapat mengelola isu ini secara efektif dan memulihkan citra positif mereka di mata publik Instagram, yang merupakan salah satu platform utama kampanye mereka.

Pembahasan

a. Efektivitas Strategi Pemasaran Politik Digital Pasangan Ridwan Kamil-Suswono

Pemasaran politik digital yang diterapkan oleh pasangan Ridwan Kamil-Suswono terbukti sangat efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun kedekatan dengan pemilih, khususnya di Jakarta. Penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi utama memungkinkan mereka untuk mengkomunikasikan pesan-pesan kampanye secara langsung kepada publik, menghindari perantara yang sering kali ada dalam kampanye konvensional. Sutisna dan SH (2024) mengemukakan bahwa pemasaran politik digital dapat memaksimalkan potensi interaksi

langsung dengan audiens, yang memungkinkan calon pemimpin seperti Ridwan Kamil untuk menjangkau kelompok pemilih yang lebih beragam secara geografis dan demografis.

Strategi kampanye yang berfokus pada isu-isu lokal seperti kesejahteraan sosial, pendidikan, serta dukungan terhadap olahraga, secara khusus, mampu menarik perhatian pemilih dari berbagai kalangan. Pendekatan ini sejalan dengan temuan Wibowo et al. (2024), yang menekankan bahwa kampanye digital yang berbasis pada isu-isu lokal dan segmen masyarakat yang spesifik dapat meningkatkan efektivitas kampanye politik. Dengan mengangkat tema-tema yang dekat dengan kehidupan sehari-hari audiens, pasangan Ridwan Kamil-Suswono berhasil membangun koneksi emosional dengan pemilih potensial, memperkuat citra mereka sebagai calon yang peduli dan dekat dengan masyarakat.

Namun, efektivitas ini tidak bebas dari tantangan. Dalam beberapa momen kampanye, pasangan ini menghadapi kritik atas pernyataan yang dinilai tidak sensitif. Kontroversi yang muncul dari video viral di Instagram, di mana Ridwan Kamil berkelakar tentang perempuan single parent, serta candaan Suswono tentang janda kaya dan pemuda pengangguran, menimbulkan gelombang protes dari audiens. Akun Instagram @satu.jakartarido, yang memiliki 1.503 pengikut dan berperan sebagai komunitas relawan pendukung pasangan RIDO, juga terimbas respons negatif dari pengguna yang mengkritik kontroversi tersebut. Komentar-komentar ini menunjukkan bahwa penggunaan humor dalam komunikasi politik, meskipun dimaksudkan untuk membangun kedekatan, dapat menjadi kontraproduktif jika tidak disampaikan dengan bijaksana.

b. Peran Jaringan Sosial dalam Kampanye Digital

Jaringan sosial memainkan peran yang sangat penting dalam memperluas cakupan audiens yang terpapar pesan kampanye. Melalui Social Network Analysis (SNA), terlihat jelas bagaimana jaringan yang dibangun antara tim kampanye, influencer, komunitas, dan pemilih memainkan peran kunci dalam memperkuat pesan yang disampaikan. SNA membantu memetakan hubungan-hubungan sosial ini, menunjukkan seberapa efektif pasangan Ridwan Kamil-Suswono dalam membangun interaksi yang lebih personal dan intens dengan kelompok-kelompok target. Arianto (2022) menyatakan bahwa dalam politik digital, peran buzzer politik dan influencer sangat strategis dalam memperluas jangkauan pesan kampanye.

Pasangan Ridwan Kamil-Suswono memanfaatkan berbagai figur publik dan influencer untuk memperkenalkan visi-misi mereka ke audiens yang lebih luas. Para influencer ini, seperti Jaja Miharja dan Andre Taulani, yang telah memiliki basis pengikut yang besar di media sosial, mampu menyebarkan pesan dengan cepat dan melibatkan audiens yang sebelumnya mungkin tidak tersentuh oleh kampanye tradisional. Khairiyah et al. (2023) menambahkan bahwa influencer lokal memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pendapat publik, sehingga mereka memainkan peran yang tak kalah penting dalam memperkuat jaringan komunikasi yang terbentuk di kampanye digital ini.

Selain itu, komunitas relawan seperti @satu.jakartarido dan kelompok Jawara memberikan dukungan tambahan yang signifikan. Akun-akun ini tidak hanya menjadi corong komunikasi pasangan RIDO, tetapi juga membangun jaringan yang lebih luas dengan melibatkan kelompok-kelompok masyarakat di Jakarta. Meski demikian, dukungan ini juga menghadapi tantangan berupa komentar negatif yang ditujukan pada pasangan calon akibat kontroversi yang berkembang. Upaya untuk mengelola respons ini menjadi salah satu prioritas dalam strategi komunikasi digital mereka.

Pentingnya hubungan antara calon, tim kampanye, dan audiens dalam memperkuat pesan-pesan politik juga dikemukakan oleh Aryantini et al. (2024), yang menemukan bahwa interaksi dalam media sosial sering kali memperlihatkan adanya pengaruh langsung antara konten yang diposting oleh tim kampanye dan tanggapan audiens, terutama dalam hal partisipasi politik dan persepsi terhadap calon. Hal ini menunjukkan bahwa kampanye yang sukses tidak hanya dilihat dari segi

seberapa banyak konten yang diunggah, tetapi juga bagaimana hubungan sosial yang terbentuk dapat memperluas pengaruh dan meningkatkan efektivitas komunikasi politik.

c. Respon Audiens terhadap Kampanye Digital

Respon audiens terhadap kampanye digital pasangan Ridwan Kamil-Suswono menunjukkan hasil yang sangat positif, dengan banyaknya interaksi yang terbentuk di media sosial. Audiens yang berinteraksi melalui komentar dan likes menunjukkan minat yang tinggi terhadap janji-janji politik yang disampaikan, khususnya mengenai program kesejahteraan sosial, pendidikan, dan agama. Hal ini sesuai dengan temuan Nofiard (2022), yang menekankan bahwa pesan-pesan yang relevan dengan kebutuhan dan harapan audiens cenderung lebih mudah diterima dan mendapatkan respon positif dari masyarakat.

Salah satu aspek yang sangat disoroti adalah bagaimana pasangan ini berhasil menggaet penggemar olahraga, terutama dari komunitas Jakmania, untuk mendukung kampanye mereka. Konten yang berhubungan dengan transportasi gratis untuk Jakmania mendapat banyak komentar dan dukungan, yang menggambarkan seberapa besar dampak positif yang dapat ditimbulkan dari kampanye yang memiliki hubungan langsung dengan kepentingan kelompok tertentu (Ahmad et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan kampanye politik digital tidak hanya bergantung pada keberhasilan penyampaian pesan, tetapi juga pada sejauh mana pesan tersebut dapat menyentuh dan mempengaruhi audiens secara emosional dan personal.

Selain itu, respon positif yang muncul dari konten yang berkaitan dengan pendidikan madrasah dan dukungan terhadap marbot masjid juga memperlihatkan bagaimana pasangan Ridwan Kamil-Suswono berhasil menjangkau kelompok santri dan masyarakat religius yang memiliki nilai-nilai keagamaan yang kuat. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alam et al. (2019), yang menyebutkan bahwa kampanye yang mendekati diri dengan nilai-nilai lokal dan keagamaan cenderung lebih diterima oleh pemilih yang berpegang pada prinsip-prinsip tersebut. Audiens dari kelompok ini menunjukkan dukungan yang tinggi terhadap pasangan Ridwan Kamil-Suswono, yang dianggap mampu memahami dan mewakili aspirasi mereka.

Respon audiens yang sangat positif terhadap program-program berbasis agama ini juga sejalan dengan analisis yang dilakukan oleh Wibowo et al. (2024), yang menyatakan bahwa kampanye politik yang berbasis pada nilai-nilai religius sering kali mendapatkan dukungan kuat dari kelompok pemilih yang sangat terikat dengan prinsip-prinsip tersebut. Dalam konteks kampanye Ridwan Kamil-Suswono, tema-tema yang berhubungan dengan kesejahteraan sosial dan agama terbukti berhasil menarik perhatian dan dukungan dari kelompok-kelompok yang sebelumnya kurang terjangkau oleh kampanye tradisional.

Secara keseluruhan, kampanye digital pasangan Ridwan Kamil-Suswono menunjukkan bagaimana pemanfaatan teknologi dapat memperkuat hubungan antara calon, tim kampanye, dan audiens. Dengan menggunakan strategi pemasaran politik yang tepat, mereka berhasil menciptakan hubungan yang kuat dengan berbagai segmen masyarakat Jakarta. Melalui social network analysis (SNA), terlihat jelas bahwa jaringan sosial yang dibangun antara calon, tim kampanye, komunitas, dan influencer sangat berperan dalam memperluas pengaruh kampanye, sehingga audiens dapat lebih terhubung dengan calon yang mereka pilih. Respon positif yang muncul dari audiens menunjukkan bahwa pesan-pesan kampanye yang relevan dan berbasis pada kepentingan kelompok tertentu mampu membangun citra yang kuat dan mendalam.

Kesimpulan

Kampanye digital pasangan Ridwan Kamil-Suswono berhasil menunjukkan efektivitas dalam membangun kesadaran politik, memperkuat citra calon, dan menarik dukungan pemilih. Dengan memanfaatkan media sosial secara optimal, pasangan ini tidak hanya mampu menjangkau audiens yang lebih luas, tetapi juga berhasil menciptakan hubungan yang kuat melalui jaringan sosial yang

mereka bangun. Melalui pendekatan yang strategis, mereka mampu mengkomunikasikan pesan-pesan kampanye yang relevan dan membangun koneksi emosional dengan berbagai kelompok pemilih di Jakarta. Keberhasilan dalam menarik perhatian kelompok yang lebih muda dan penggemar olahraga, serta menjangkau kelompok religius, menunjukkan bahwa mereka berhasil menggunakan berbagai tema yang resonan dengan kepentingan spesifik audiens mereka. Secara keseluruhan, kampanye digital ini menegaskan pentingnya pengelolaan komunikasi yang berbasis pada nilai-nilai lokal dan penggunaan platform digital yang efektif dalam politik modern.

References

- Ahmad, N., Pohan, K., Alfira, S., Aufia, K., Paripurna, C., & Aji, M. (2024). Analisis strategi komunikasi politik Ridwan Kamil di media sosial Instagram dalam membangun citra diri menuju PILGUB DKI Jakarta 2024. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, 4(2), 17. <https://doi.org/10.53697/iso.v4i2.1992>
- Alam, W. Y., Marijan, K., & Aminah, S. (2019). The political communication style of Ridwan Kamil in West Java spatial news. *Jurnal Studi Komunikasi*, 3(3), 372–388. <https://doi.org/10.25139/jsk.v3i3.1875>
- Arianto, B. (2022). Kontestasi buzzer politik dalam langgam politik digital. *Massive: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 28–42.
- Aryantini, P. T., Pramana, G. I., Erviantono, T., & Duarte, E. F. B. (2024). Peran media sosial dalam pembentukan opini publik politik: Studi kasus kampanye Pemilu 2024. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 5(5), 81–90. <https://doi.org/10.6578/triwikrama.v5i5.6910>
- Asfar, I. T., & Taufan, I. (2019). Analisis naratif, analisis konten, dan analisis semiotik (Penelitian kualitatif). *No.*, 1–13.
- Khairiyah, M., Nurmandi, A., Misran, Subekti, D. (2023). West Java government branding using social media: A case of Ridwan Kamil personal branding. In A. Coman & S. Vasilache (Eds.), *Social computing and social media. HCII 2023* (Vol. 14025, pp. 162–173). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-35915-6_16
- Laily, N. (2020). Teori jaringan sosial. *Teori Sosial Empirik*, 161.
- Lubis, I. A. R., Ramdan, A. T. M., & Wiryany, D. (2022). Politik digital: Manifestasi komunikasi di era digital. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 6(1), 193–206. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v6i1.3064>
- Majid, N. (2023). Strategi komunikasi politik dalam pemilihan umum di era digital. *PERSEPTIF: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 53–61.
- Nofiard, F. (2022). Komunikasi politik digital di Indonesia. *Al-Hiwar Jurnal Ilmu Dan Teknik Dakwah*, 10(2), 31–40. <https://doi.org/10.18592/al-hiwar.v10i2.7548>
- Nurrokhman, N., Purnomo, H. D., & Hartomo, K. D. (2020). Utilization of social network analysis (SNA) in knowledge sharing in college. *INTENSIF: Jurnal Ilmiah Penelitian dan Penerapan Teknologi Sistem Informasi*, 4(2), 259–271.
- Singh, S. S., Muhuri, S., Mishra, S., Srivastava, D., Shakya, H. K., & Kumar, N. (2024). Social network analysis: A survey on process, tools, and application. *ACM Computing Surveys*, 56(8), 1–39. <https://doi.org/10.1145/3648470>
- Sutisna, I. N., & SH, M. (2024). *Digital marketing for politics: Pemasaran politik era digital*. Penerbit Adab.
- Utari, N. (2022). Penggunaan media sosial dan transformasi pemasaran politik dan kampanye demokrasi yang berkembang di Indonesia. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang*

Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan, 1(8), 1515–1524.
<https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i8.199>

Wibowo, A. D. P., Lim, W., & Angkasa, S. (2024). Peran partai politik dalam era digital: Transformasi kampanye konvensional ke digital. *Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora*, 4(3), 409–414.