

STRATEGI PROGRAM KAMPANYE DESAK ANIES PADA PEMILIHAN PRESIDEN 2024

Jilan Aghashi Ihasof¹, Nur Hidayat Sardini²

Email: jilanagash@gmail.com

Departemen Politik dan Ilmu Pemerintahan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof. H. Soedarto, S.H., Tembalang, Kota Semarang, Kode Pos 50139 Telepon (024)
74655407, Faksimile (024) 7465405

Laman: <https://www.fisip.undip.ac.id> Email: fisip@undip.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi program kampanye Desak Anies pada Pemilihan Presiden 2024. Penelitian dilatarbelakangi oleh munculnya inovasi kampanye politik yang memanfaatkan pendekatan dialogis untuk membangun komunikasi antara kandidat dan masyarakat. Ruang lingkup penelitian difokuskan pada formulasi dan pelaksanaan program Desak Anies sebagai bagian dari strategi kampanye pasangan Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar pada Pemilihan Presiden 2024. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis dilakukan menggunakan teori strategi kampanye Antar Venus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi program kampanye Desak Anies dirancang melalui penyusunan pesan politik yang substantif, penentuan target audiens yang berfokus pada pemilih muda, pemanfaatan media digital, serta penggunaan format dialog terbuka yang memungkinkan interaksi langsung antara kandidat dan masyarakat. Program ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian visi dan misi, tetapi juga sebagai ruang partisipasi publik dalam proses kampanye politik. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Desak Anies merupakan strategi kampanye yang mengintegrasikan komunikasi langsung dan media digital untuk membangun keterlibatan masyarakat dalam Pemilihan Presiden 2024.

Kata kunci: strategi kampanye, kampanye politik, komunikasi politik, media digital, Desak Anies.

¹ Mahasiswa Ilmu Pemerintahan Universitas Diponegoro

² Dosen Ilmu Pemerintahan Universitas Diponegoro

ABSTRACT

This study aims to analyze the Desak Anies campaign program strategy in the 2024 Presidential Election. The research is motivated by the emergence of innovative political campaign approaches that utilize dialogue-based communication to strengthen interaction between candidates and the public. The scope of this study focuses on the formulation and implementation of the Desak Anies program as part of the campaign strategy of Anies Baswedan and Muhaimin Iskandar in the 2024 Presidential Election. This research employs a descriptive qualitative method, with data collected through interviews, observations, and documentation. The analysis is based on Antar Venus's campaign strategy theory. The findings indicate that the Desak Anies campaign program was designed through the development of substantive political messages, audience targeting focused on young voters, the utilization of digital media, and the implementation of an open-dialogue format that enabled direct interaction between candidates and the public. The program served not only as a medium for delivering political visions and missions but also as a platform for public participation in the campaign process. The study concludes that Desak Anies represents a campaign strategy that integrates direct communication and digital media to enhance public engagement in the 2024 Presidential Election.

Keywords: *campaign strategy, political campaign, political communication, digital media, Desak Anies.*

PENDAHULUAN

Kampanye politik merupakan instrumen penting dalam demokrasi elektoral sebagai sarana komunikasi antara kandidat dan pemilih. Dalam perkembangan demokrasi modern, kampanye tidak lagi hanya berfungsi sebagai alat persuasi, tetapi juga sebagai proses strategis untuk membangun citra, menyampaikan program, serta menciptakan hubungan dengan masyarakat.

Perkembangan teknologi digital turut mendorong transformasi kampanye menjadi lebih interaktif, partisipatif, dan responsif terhadap aspirasi publik (Esser dkk., 2020).

Strategi kampanye modern menuntut kandidat untuk mampu mengidentifikasi target audiens, merumuskan pesan yang relevan, serta memanfaatkan media komunikasi yang efektif. Kehadiran media

digital memungkinkan segmentasi audiens yang lebih spesifik dan interaksi dua arah yang lebih intens, sehingga kampanye dapat disesuaikan dengan karakteristik pemilih serta dinamika isu yang berkembang (Gajardo, 2024).

Perubahan lanskap komunikasi politik tersebut semakin relevan dalam konteks Pemilihan Presiden 2024 di Indonesia yang didominasi oleh pemilih muda. Generasi milenial dan Generasi Z menjadi kelompok pemilih terbesar dengan karakteristik sebagai digital natives yang aktif mengakses informasi politik melalui media sosial, kritis terhadap isu publik, serta menginginkan ruang partisipasi yang lebih terbuka. Kondisi ini mendorong perlunya strategi kampanye yang lebih dialogis dan adaptif dibandingkan pendekatan kampanye konvensional yang cenderung bersifat satu arah.

Tabel 1.1 Jumlah Pemilih Berdasarkan Generasi Pada Pemilu 2024

Nama Data	Nilai
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)

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.

Program Desak Anies muncul sebagai respons terhadap kecenderungan kampanye politik yang dinilai lebih menekankan pencitraan dan komunikasi satu arah. Kondisi tersebut menyebabkan terbatasnya ruang interaksi antara kandidat dan masyarakat, khususnya generasi muda, untuk menyampaikan pertanyaan, kritik, dan aspirasi secara langsung. Sebagai alternatif, Desak Anies menghadirkan forum dialog terbuka yang memungkinkan masyarakat berinteraksi secara langsung dengan Anies Baswedan melalui diskusi mengenai berbagai isu publik, seperti pendidikan, ekonomi, lingkungan, dan kebijakan pemerintahan. Program ini tidak

hanya menjadi sarana penyampaian visi dan misi, tetapi juga ruang komunikasi yang lebih partisipatif melalui mekanisme tanya jawab langsung.

Program ini diinisiasi oleh komunitas relawan Ubah Bareng yang didominasi oleh generasi muda. Melalui pendekatan yang dekat dengan budaya digital dan karakteristik anak muda, komunitas tersebut berupaya menciptakan ruang politik yang lebih terbuka, interaktif, dan mudah diakses sebagai bentuk partisipasi politik generasi muda dalam Pemilihan Presiden 2024. Komunitas Ubah Bareng tidak hanya berperan sebagai pendukung kampanye politik, tetapi juga sebagai penggerak forum diskusi publik yang mendorong keterlibatan masyarakat dalam proses politik. Melalui program Desak Anies, komunitas ini menghadirkan ruang dialog terbuka antara Anies Baswedan dan masyarakat untuk membahas berbagai isu publik, seperti pendidikan, ekonomi, lingkungan, hukum, dan kebijakan pemerintahan. Format dialog interaktif

tersebut memungkinkan masyarakat berpartisipasi secara aktif melalui penyampaian pertanyaan, kritik, dan gagasan, sehingga menciptakan pola komunikasi politik yang lebih partisipatif dibandingkan kampanye konvensional yang cenderung berlangsung satu arah.

Pelaksanaan program ini didukung oleh dominasi generasi muda dalam komunitas Ubah Bareng yang aktif memanfaatkan media sosial dan budaya digital sebagai sarana komunikasi politik. Selain melalui forum tatap muka, penyebaran informasi dilakukan melalui konten digital yang kreatif dan interaktif untuk menjangkau audiens muda. Dengan pendekatan tersebut, Desak Anies tidak hanya berfungsi sebagai sarana kampanye politik, tetapi juga sebagai media pendidikan politik yang mendorong partisipasi, kesadaran kritis, dan keterlibatan generasi muda dalam proses demokrasi pada Pemilihan Presiden 2024.

Kesuksesan program Desak Anies didukung oleh keterlibatan relawan serta

tingginya penyebaran konten secara organik di media sosial. Berbagai potongan video, cuplikan jawaban kandidat, dan momen interaksi antara Anies Baswedan dengan peserta forum banyak dibagikan kembali melalui platform seperti TikTok, Instagram, X, dan YouTube. Penyebaran konten tersebut tidak hanya memperluas jangkauan program kepada masyarakat yang tidak hadir secara langsung, tetapi juga mendorong terbentuknya percakapan politik yang lebih aktif di ruang digital. Dalam konteks ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi kampanye, tetapi juga menjadi ruang interaksi yang memungkinkan masyarakat memberikan tanggapan, berdiskusi, dan membangun opini terhadap berbagai isu yang dibahas dalam forum.

Fenomena tersebut kemudian berkembang menjadi komunitas percakapan digital yang dikenal sebagai Anies Bubble, yaitu kelompok audiens yang aktif mengikuti dan menyebarkan konten terkait program Desak Anies.

Melalui fenomena ini, komunikasi politik dikemas dalam bentuk yang lebih santai, personal, dan dekat dengan budaya digital generasi muda. Konten yang beredar tidak hanya berisi penyampaian visi dan misi politik, tetapi juga potongan dialog, respons spontan kandidat, dan berbagai interaksi yang dianggap relevan dengan kehidupan sehari-hari anak muda. Kondisi tersebut menjadikan komunikasi politik terasa lebih akrab dan mudah diterima dibandingkan pola kampanye konvensional yang cenderung formal dan satu arah.

Keterlibatan relawan dan viralitas media sosial menunjukkan bahwa ruang digital memiliki peran penting dalam membangun *engagement* politik, khususnya di kalangan pemilih muda. Dukungan organik yang muncul melalui media sosial menjadikan Desak Anies tidak hanya sebagai forum dialog tatap muka, tetapi juga sebagai bagian dari praktik kampanye digital yang mengandalkan partisipasi audiens dalam menyebarkan serta membentuk narasi politik di ruang

publik. Di sisi lain, program ini juga memperlihatkan perubahan pola kampanye politik di era digital, di mana masyarakat semakin menginginkan bentuk komunikasi yang lebih terbuka, interaktif, dan partisipatif.

Tingginya antusiasme masyarakat terhadap model kampanye ini terlihat dari pelaksanaan Desak Anies di berbagai daerah, salah satunya di Semarang pada Februari 2024. Kegiatan yang berlangsung di MAC Ballroom tersebut dihadiri sekitar 8.500 hingga lebih dari 10.000 peserta yang mayoritas berasal dari kalangan milenial dan Generasi Z. Melalui format dialog terbuka, peserta diberikan kesempatan untuk menyampaikan pertanyaan, kritik, dan aspirasi secara langsung mengenai berbagai isu publik. Antusiasme tersebut menunjukkan bahwa masyarakat, khususnya generasi muda, memiliki ketertarikan terhadap model kampanye yang tidak hanya berfokus pada penyampaian pesan politik, tetapi juga

memberikan ruang bagi publik untuk terlibat aktif dalam proses diskusi politik.

Pemanfaatan media sosial dalam program Desak Anies menunjukkan bagaimana kampanye politik di era digital tidak lagi bergantung pada media konvensional. Dokumentasi kegiatan yang tersebar luas melalui berbagai platform digital memungkinkan masyarakat mengikuti jalannya forum, melihat interaksi antara kandidat dan peserta, serta memberikan tanggapan secara langsung. Tingginya antusiasme peserta dalam berbagai pelaksanaan Desak Anies, termasuk di Semarang yang dihadiri ribuan peserta dari kalangan milenial dan Generasi Z, menunjukkan adanya ketertarikan terhadap model kampanye yang memberikan ruang dialog secara terbuka. Kondisi ini memperlihatkan bahwa Desak Anies tidak hanya menjadi forum kampanye tatap muka, tetapi juga berkembang sebagai bentuk kampanye politik interaktif yang memadukan dialog

langsung dan media digital untuk membangun keterlibatan publik.

Program Desak Anies dapat dipahami sebagai salah satu bentuk inovasi kampanye politik pada Pemilihan Presiden 2024 karena menghadirkan pola komunikasi yang lebih partisipatif dibandingkan kampanye konvensional. Melalui forum dialog terbuka, masyarakat diberikan kesempatan untuk menyampaikan pertanyaan, kritik, dan pandangan secara langsung kepada kandidat. Selain menjadi sarana kampanye, program ini juga berfungsi sebagai ruang pendidikan politik yang mendorong partisipasi publik, khususnya generasi muda, dalam memahami isu kebijakan dan mengawasi kandidat secara lebih kritis. Inovasi tersebut diperkuat oleh pemanfaatan media sosial yang memungkinkan penyebaran konten secara luas dan mendorong terbentuknya komunitas percakapan digital seperti Anies Bubble.

Keberadaan Desak Anies juga memberikan pengaruh terhadap dinamika kampanye pasangan Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar dengan membangun citra kandidat yang terbuka, responsif, dan dekat dengan masyarakat. Format dialog yang interaktif dinilai mampu menarik perhatian pemilih muda dan kelompok masyarakat yang menginginkan kampanye yang lebih substantif. Meskipun demikian, keberhasilan program dalam membangun keterlibatan publik dan perhatian politik tidak secara langsung berbanding lurus dengan kemenangan elektoral, karena hasil pemilu dipengaruhi oleh berbagai faktor lain di luar strategi kampanye yang digunakan.

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas peran media digital dan media sosial dalam meningkatkan partisipasi politik serta kedekatan antara kandidat dan pemilih. Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada penggunaan media sosial sebagai sarana kampanye, sementara kajian mengenai formulasi program

kampanye interaktif yang menggabungkan dialog langsung dan penyebaran digital masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengkaji program Desak Anies sebagai bentuk kampanye politik interaktif dalam Pemilihan Presiden 2024, dengan menitikberatkan pada pola interaksi yang terbangun antara kandidat dan masyarakat dalam proses kampanye politik.

LANDASAN TEORI

1. Strategi Kampanye

Strategi kampanye merupakan serangkaian aktivitas komunikasi yang dirancang secara sistematis untuk memengaruhi khalayak melalui penyusunan pesan, penentuan target audiens, pemilihan media, serta pembentukan citra kandidat (Venus, 2004). Dalam konteks politik, strategi kampanye menjadi elemen penting karena menentukan bagaimana kandidat menyampaikan visi, misi, dan program kepada masyarakat. Keberhasilan sebuah kampanye tidak

hanya ditentukan oleh isi pesan yang disampaikan, tetapi juga oleh kemampuan tim kampanye dalam memilih pendekatan komunikasi yang sesuai dengan karakteristik pemilih yang menjadi sasaran.

Perkembangan teknologi informasi dan perubahan perilaku masyarakat turut memengaruhi transformasi strategi kampanye politik. Jika sebelumnya kampanye lebih banyak dilakukan melalui rapat umum, iklan media massa, dan pemasangan atribut politik, saat ini kampanye semakin mengarah pada pola komunikasi yang lebih interaktif dan partisipatif. Perubahan tersebut dipengaruhi oleh meningkatnya penggunaan media digital yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara kandidat dan masyarakat. Dalam kondisi ini, pemilih tidak lagi hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai pihak yang dapat memberikan

tanggapan, kritik, maupun masukan secara langsung.

Strategi kampanye modern juga menekankan pentingnya membangun keterlibatan (*engagement*) dengan masyarakat. Kandidat dituntut untuk tidak hanya menyampaikan pesan politik, tetapi juga menciptakan ruang komunikasi yang memungkinkan terjadinya interaksi dan pertukaran gagasan dengan publik. Pendekatan ini menjadi semakin relevan dalam Pemilihan Presiden 2024 karena dominasi pemilih muda yang cenderung lebih menyukai komunikasi yang terbuka, dialogis, dan partisipatif dibandingkan model kampanye yang bersifat satu arah.

Dalam penelitian ini, program Desak Anies dipahami sebagai bentuk implementasi strategi kampanye interaktif yang menggabungkan kampanye tatap muka dan kampanye digital. Melalui forum dialog terbuka, masyarakat diberikan kesempatan

untuk menyampaikan pertanyaan, kritik, serta aspirasi secara langsung kepada kandidat. Kegiatan tersebut kemudian diperluas melalui media sosial sehingga dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Oleh karena itu, teori strategi kampanye digunakan untuk menganalisis bagaimana program Desak Anies dirancang dan dijalankan sebagai strategi kampanye politik dalam Pemilihan Presiden 2024.

2. Komunikasi Politik Digital

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam praktik komunikasi politik. Kehadiran internet dan media sosial memungkinkan proses komunikasi politik berlangsung lebih cepat, luas, dan interaktif dibandingkan media konvensional. Dalam konteks ini, komunikasi politik digital dapat dipahami sebagai proses penyampaian pesan politik melalui platform berbasis internet yang memungkinkan terjadinya interaksi antara aktor politik dan

masyarakat (Lilleker, 2011). Media digital tidak hanya menjadi sarana penyebaran informasi, tetapi juga ruang bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam diskusi dan percakapan politik.

Salah satu karakteristik utama komunikasi politik digital adalah kemampuannya menciptakan komunikasi dua arah. Berbeda dengan media konvensional yang cenderung menempatkan masyarakat sebagai penerima pesan, media digital memungkinkan publik memberikan respons secara langsung melalui komentar, unggahan ulang, maupun berbagai bentuk interaksi lainnya. Kondisi ini menciptakan hubungan yang lebih dekat antara kandidat dan pemilih serta membuka peluang bagi terbentuknya ruang diskusi politik yang lebih partisipatif.

Dalam Pemilu 2024, komunikasi politik digital menjadi semakin penting karena mayoritas pemilih muda memperoleh informasi politik melalui

media sosial. Platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan X digunakan tidak hanya untuk menyebarkan informasi kampanye, tetapi juga untuk membangun kedekatan dengan pemilih serta meningkatkan keterlibatan publik. Oleh karena itu, keberhasilan kampanye digital tidak hanya diukur dari jumlah konten yang dipublikasikan, melainkan juga dari tingkat interaksi dan partisipasi masyarakat terhadap konten tersebut.

Program Desak Anies merupakan salah satu bentuk praktik komunikasi politik digital yang memadukan interaksi langsung dengan penyebaran konten melalui media sosial. Forum dialog yang dilaksanakan secara tatap muka didokumentasikan dan disebarluaskan melalui berbagai platform digital sehingga dapat diakses oleh masyarakat yang lebih luas. Melalui mekanisme tersebut, komunikasi politik tidak hanya

berlangsung di ruang fisik, tetapi juga berkembang di ruang digital melalui berbagai percakapan, tanggapan, dan distribusi konten oleh pengguna media sosial. Dengan demikian, teori komunikasi politik digital digunakan untuk memahami bagaimana media digital dimanfaatkan dalam memperluas jangkauan pesan politik serta membangun keterlibatan publik dalam program Desak Anies.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena kampanye politik interaktif melalui program Desak Anies dalam Pemilihan Presiden 2024. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi proses komunikasi politik yang terjadi, bentuk interaksi yang terbangun antara kandidat dan masyarakat, serta pemanfaatan media digital dalam

mendukung pelaksanaan kampanye. Melalui penelitian kualitatif, fenomena yang diteliti dapat dipahami secara lebih komprehensif berdasarkan pengalaman, pandangan, dan interpretasi para informan yang terlibat secara langsung dalam program tersebut. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berupaya menggambarkan pelaksanaan program Desak Anies, tetapi juga menganalisis makna dan karakteristik kampanye interaktif yang muncul dalam pelaksanaannya.

Penelitian dilakukan pada pelaksanaan program Desak Anies di Kota Semarang dan Kota Yogyakarta. Pemilihan kedua lokasi tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa keduanya merupakan daerah yang menjadi lokasi penyelenggaraan program dengan tingkat partisipasi masyarakat yang tinggi, khususnya dari kalangan generasi muda. Kota Semarang dipilih karena menjadi salah satu lokasi pelaksanaan Desak Anies dengan jumlah peserta yang besar dan

memperoleh perhatian luas dari masyarakat maupun media. Sementara itu, Kota Yogyakarta dipilih karena memiliki karakteristik sebagai kota pelajar dan pusat aktivitas intelektual yang dihuni oleh berbagai komunitas mahasiswa serta kelompok masyarakat yang aktif dalam diskusi publik. Pemilihan kedua lokasi tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai pelaksanaan program Desak Anies sebagai strategi kampanye interaktif dalam konteks sosial yang berbeda, namun sama-sama memiliki tingkat keterlibatan publik yang tinggi.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara mendalam (in-depth interview) dengan informan yang memiliki keterkaitan dan pemahaman terhadap program Desak Anies. Informan penelitian meliputi tim kampanye atau penyelenggara program, peserta kegiatan Desak Anies, serta akademisi yang

memiliki kompetensi di bidang komunikasi politik. Keberagaman informan tersebut dipilih untuk memperoleh perspektif yang lebih komprehensif mengenai proses perancangan, pelaksanaan, serta dampak program terhadap masyarakat. Adapun data sekunder diperoleh dari berbagai sumber tertulis, seperti buku, jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, artikel media massa, laporan resmi, serta dokumentasi digital yang berkaitan dengan kampanye politik, komunikasi politik digital, dan program Desak Anies.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam dan studi pustaka. Wawancara mendalam digunakan sebagai teknik utama untuk menggali informasi mengenai latar belakang program, strategi yang digunakan dalam pelaksanaan kampanye, bentuk interaksi yang terjadi antara kandidat dan masyarakat, serta pandangan informan terhadap efektivitas program tersebut. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar peneliti tetap memiliki

pedoman pertanyaan namun tetap memberikan ruang bagi informan untuk menjelaskan pengalaman dan pandangannya secara lebih luas. Selain wawancara, penelitian ini juga menggunakan studi pustaka untuk memperoleh landasan teoritis serta memperkuat analisis penelitian. Studi pustaka dilakukan melalui penelaahan berbagai referensi ilmiah dan dokumentasi yang relevan dengan fokus penelitian.

Analisis data dilakukan menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang meliputi empat tahapan, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pada tahap pengumpulan data, peneliti menghimpun seluruh informasi yang diperoleh dari hasil wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Data yang terkumpul kemudian direduksi dengan cara memilih dan mengelompokkan informasi yang relevan sesuai fokus penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif

berdasarkan tema-tema yang telah ditentukan, seperti strategi kampanye, komunikasi politik digital, bentuk interaksi, dan partisipasi publik. Tahap akhir dilakukan melalui proses penarikan kesimpulan dan verifikasi secara berkelanjutan untuk memastikan bahwa temuan yang dihasilkan sesuai dengan data empiris yang diperoleh selama penelitian.

Untuk menjaga kualitas dan kredibilitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber. Teknik ini dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai informan serta mengonfirmasikannya dengan data dokumentasi dan literatur yang relevan. Selain itu, peneliti juga melakukan pengecekan kembali terhadap hasil wawancara dan temuan penelitian untuk memastikan konsistensi data yang diperoleh. Melalui proses tersebut, diharapkan data yang digunakan dalam penelitian memiliki tingkat validitas dan keandalan yang memadai sehingga hasil

penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara akademis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Format Kampanye Desak Anies

Penelitian ini didasarkan pada pengamatan lapangan dan penelusuran aktivitas kampanye melalui media digital untuk memperoleh gambaran empiris mengenai implementasi format kampanye Desak Anies. Berdasarkan hasil pengamatan, program ini menggunakan pendekatan interaktif yang menekankan keterlibatan langsung antara kandidat dan masyarakat. Pendekatan tersebut menunjukkan pergeseran dari pola kampanye satu arah menuju komunikasi yang lebih dialogis, di mana masyarakat memiliki ruang untuk menyampaikan pandangan, pertanyaan, dan kritik secara langsung. Hal ini sejalan dengan pernyataan Markesi yang menyebutkan bahwa Desak Anies dirancang sebagai ruang komunikasi dua arah yang terbuka bagi siapa saja

tanpa pembatasan peserta maupun pertanyaan (Wawancara, 13 Januari 2026).

Menurut Markesi, program ini memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk bertemu langsung dengan Anies Baswedan dan menyampaikan persoalan yang dihadapi. Dalam praktiknya, format kampanye tidak hanya terdiri dari satu bentuk kegiatan, melainkan berbagai aktivitas yang saling melengkapi. Bentuk utamanya adalah forum dialog publik yang memungkinkan peserta berinteraksi langsung dengan kandidat. Pengamatan menunjukkan bahwa sebagian peserta telah mempersiapkan pertanyaan sebelum kegiatan berlangsung, sehingga partisipasi yang muncul tidak hanya bersifat spontan, tetapi juga mencerminkan kesiapan dan kesadaran politik peserta. Melalui format diskusi tersebut, generasi muda memperoleh ruang untuk lebih

memahami isu-isu politik menjelang Pemilihan Presiden 2024.

Format dialog ini juga menciptakan hubungan komunikasi yang lebih setara antara kandidat dan masyarakat. Kandidat tidak hanya berperan sebagai penyampai pesan, tetapi juga sebagai pihak yang merespons aspirasi publik. Dalam beberapa episode, isu-isu seperti pendidikan, ketenagakerjaan, korupsi, dan berbagai persoalan sosial menjadi topik utama diskusi. Kehadiran isu-isu tersebut mendorong keterlibatan masyarakat, khususnya generasi muda, dalam memahami persoalan politik yang berkembang.

Dari perspektif peserta, format Desak Anies dipandang berbeda dibandingkan kampanye politik pada umumnya. Informan menilai kegiatan ini lebih natural dan tidak kaku karena memberikan kesempatan bagi masyarakat dari berbagai latar belakang untuk menyampaikan keresahan secara langsung. Sebagaimana disampaikan

Rere, forum ini terasa organik karena memungkinkan berbagai kalangan menyuarakan opini, isu, dan keresahannya secara terbuka (Wawancara, 19 Desember 2025). Selain menjadi sarana penyampaian visi dan misi, forum dialog juga dipandang sebagai ruang untuk menguji gagasan dan kapasitas kandidat dalam merespons isu yang berkembang.

Meskipun demikian, keterbukaan tersebut tidak sepenuhnya tanpa batas. Beberapa informan menilai bahwa keterbatasan waktu dan banyaknya peserta menyebabkan tidak semua pertanyaan dapat diakomodasi. Satria mengungkapkan bahwa keterbatasan akses dan waktu menjadi salah satu kelemahan kegiatan, di samping masih adanya peserta yang belum memahami isu yang ingin ditanyakan sehingga forum terkadang lebih banyak diisi pujian dibanding kritik (Wawancara, 18 Desember 2025). Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun format

kampanye bersifat inklusif, implementasinya tetap dipengaruhi oleh berbagai keterbatasan struktural.

Dari sisi penyelenggara, penggunaan format interaktif merupakan strategi komunikasi yang disesuaikan dengan karakteristik generasi muda yang cenderung lebih aktif dan kritis dalam mencari informasi politik. Sementara itu, dari perspektif akademisi, format ini dipahami sebagai bentuk adaptasi komunikasi politik di era digital. Fitriyah menilai bahwa Desak Anies menghadirkan model kampanye yang berbeda dari kampanye konvensional yang cenderung satu arah dan lebih menekankan pengerahan massa. Menurutnya, model dialogis seperti ini lebih mampu mempertemukan kandidat dan pemilih dalam ruang komunikasi yang lebih terbuka (Wawancara, 19 Februari 2026).

Selain forum dialog, kampanye juga dilakukan melalui kunjungan langsung

ke berbagai ruang publik seperti pasar dan kawasan permukiman. Interaksi yang berlangsung dalam kegiatan tersebut cenderung lebih informal dan kontekstual, sehingga memungkinkan kandidat memahami kondisi masyarakat secara lebih dekat. Dalam pelaksanaannya, relawan juga memiliki peran penting sebagai penghubung antara tim kampanye dan masyarakat melalui penyebaran informasi, mobilisasi peserta, serta dukungan teknis kegiatan.

Aspek lain yang menonjol adalah integrasi antara kegiatan lapangan dan media digital. Sebagian besar peserta mengetahui program Desak Anies melalui media sosial sebelum mengikuti kegiatan secara langsung. Temuan ini menunjukkan bahwa media digital berperan penting dalam membangun awareness publik terhadap program kampanye. Selain itu, dokumentasi kegiatan yang disebarluaskan melalui berbagai

platform media sosial turut memperluas jangkauan kampanye hingga menjangkau audiens di luar lokasi kegiatan. Dalam konteks ini, media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang reproduksi pesan politik yang dapat memengaruhi persepsi publik terhadap kandidat.

Secara keseluruhan, format kampanye Desak Anies merupakan kombinasi antara interaksi langsung, strategi komunikasi, pemanfaatan media digital, dan dukungan relawan. Kombinasi tersebut menunjukkan upaya untuk menyesuaikan metode kampanye dengan perkembangan teknologi serta karakteristik pemilih, khususnya generasi muda. Format ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana persuasi politik, tetapi juga sebagai ruang pembelajaran dan pertukaran gagasan antara kandidat dan masyarakat. Namun, tingkat partisipasi yang terbentuk tetap dipengaruhi oleh

faktor seperti akses informasi, pendidikan, dan ketertarikan terhadap isu politik. Dengan demikian, Desak Anies dapat dipahami sebagai inovasi dalam komunikasi politik yang membuka ruang partisipasi lebih luas, meskipun masih memiliki keterbatasan dalam pelaksanaannya.

2. Jalannya Kampanye Desak Anies

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara, pelaksanaan kampanye Desak Anies menunjukkan pola yang relatif sistematis namun tetap fleksibel dalam menyesuaikan kondisi di setiap lokasi. Sebelum kegiatan dilaksanakan, tim kampanye terlebih dahulu melakukan rapat koordinasi, survei lokasi, serta mempertimbangkan kondisi lapangan dan strategi publikasi. Menurut Siti Nurmarkesi selaku tim sukses Anies di Jawa Tengah, promosi kegiatan dilakukan melalui berbagai media sehingga mampu menarik antusiasme masyarakat yang sangat tinggi, seperti yang terjadi pada

pelaksanaan Desak Anies di Semarang yang dihadiri peserta melebihi perkiraan awal.

Tahap awal kampanye dimulai dengan penentuan lokasi yang umumnya berada di ruang publik dengan aktivitas sosial tinggi, seperti kawasan permukiman, pasar, atau titik berkumpul masyarakat. Pemilihan lokasi tersebut menunjukkan upaya untuk mendekatkan kampanye dengan kehidupan sehari-hari masyarakat. Pada hari pelaksanaan, kandidat hadir secara langsung dan berinteraksi dengan peserta melalui percakapan, mendengarkan aspirasi, serta memberikan tanggapan terhadap berbagai persoalan yang disampaikan. Pola komunikasi yang terbangun menciptakan suasana yang lebih dekat dan tidak terlalu formal sehingga kegiatan berlangsung secara dinamis mengikuti kondisi di lapangan.

Sesi utama kegiatan berfokus pada dialog dan tanya jawab antara peserta

dan kandidat. Dalam forum ini masyarakat diberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan, menyampaikan kritik, maupun memberikan tanggapan secara langsung. Andrea Nesya menilai format kegiatan tersebut berlangsung secara natural dan terbuka karena memungkinkan berbagai kalangan menyampaikan pandangan serta keresahan mereka. Temuan ini menunjukkan bahwa Desak Anies berupaya menghadirkan komunikasi politik yang lebih partisipatif dibandingkan model kampanye konvensional yang umumnya bersifat satu arah.

Meski demikian, keterbukaan tersebut tidak terlepas dari berbagai keterbatasan. Satria Fawaz mengungkapkan bahwa tingginya jumlah peserta dan keterbatasan waktu menyebabkan tidak semua aspirasi dapat diakomodasi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun forum

dirancang sebagai ruang partisipatif, dalam praktiknya tetap terdapat mekanisme seleksi yang memengaruhi siapa yang memperoleh kesempatan untuk berbicara. Tingginya antusiasme masyarakat di satu sisi menjadi indikator keberhasilan program dalam menarik perhatian publik, tetapi di sisi lain juga menghadirkan tantangan dalam mengelola interaksi agar tetap efektif.

Menurut Fitriyah, akademisi Ilmu Pemerintahan FISIP Undip, Desak Anies merupakan inovasi dalam praktik kampanye politik karena menghadirkan format yang berbeda dari kampanye pada umumnya. Program ini dinilai lebih dialogis karena melibatkan dua pihak yang sama-sama aktif, yakni kandidat yang hadir dan masyarakat yang datang atas kesadaran sendiri untuk berdialog. Namun, Fitriyah juga menilai bahwa program ini cenderung menarik kelompok masyarakat perkotaan dan kalangan terdidik

sehingga memiliki segmentasi audiens yang cukup spesifik. Karakter peserta yang kritis dan aktif berdiskusi menjadikan forum berjalan lebih interaktif dibandingkan kampanye politik konvensional.

Selain interaksi langsung, jalannya kampanye juga didukung oleh proses dokumentasi yang dilakukan secara intensif. Tim kampanye mendokumentasikan berbagai momen kegiatan dalam bentuk foto dan video yang kemudian disebarluaskan melalui media sosial. Dokumentasi tersebut tidak hanya berfungsi sebagai sarana publikasi, tetapi juga membentuk narasi tertentu mengenai jalannya kampanye. Melalui media digital, kegiatan yang berlangsung di lapangan dapat menjangkau audiens yang jauh lebih luas, termasuk masyarakat yang tidak hadir secara langsung dalam forum.

Peran relawan juga menjadi faktor penting dalam mendukung pelaksanaan kampanye. Relawan terlibat dalam

penyebaran informasi, mobilisasi peserta, serta membantu pelaksanaan kegiatan di tingkat lokal. Kehadiran mereka tidak hanya mendukung aspek teknis, tetapi juga menciptakan suasana yang lebih hidup dan partisipatif selama kegiatan berlangsung. Dengan demikian, keberhasilan pelaksanaan kampanye tidak hanya ditentukan oleh kandidat dan tim inti, tetapi juga oleh kontribusi berbagai aktor yang terlibat di dalamnya.

Secara keseluruhan, jalannya kampanye Desak Anies menunjukkan integrasi antara interaksi langsung, pengelolaan kegiatan, dokumentasi, serta pemanfaatan media digital. Keempat elemen tersebut saling mendukung dalam membentuk pengalaman kampanye yang berbeda bagi setiap peserta. Variasi pengalaman tersebut dipengaruhi oleh latar belakang, tingkat keterlibatan, dan preferensi politik masing-masing individu. Selain itu, interaksi yang

terjadi di lapangan juga sering berlanjut ke ruang digital melalui diskusi di media sosial, menunjukkan bahwa kampanye politik saat ini tidak lagi terbatas pada ruang fisik, melainkan berkembang menjadi proses komunikasi yang berlangsung secara berkelanjutan di berbagai platform. Dengan demikian, Desak Anies dapat dipahami sebagai bentuk kampanye yang memadukan komunikasi tatap muka dan komunikasi digital dalam membangun keterlibatan publik pada era politik kontemporer.

3. Desak Anies Sebagai Respon Strategis dalam Dinamika Ruang Publik Kampanye

Kemunculan program Desak Anies dalam Pemilihan Presiden 2024 tidak dapat dilepaskan dari dinamika persaingan kampanye politik yang semakin kompetitif. Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara, setiap pasangan calon berupaya menghadirkan strategi kampanye yang

tidak hanya mampu menjangkau masyarakat secara luas, tetapi juga menciptakan keterlibatan publik yang lebih aktif. Dalam konteks tersebut, Desak Anies hadir sebagai program kampanye yang mengedepankan dialog terbuka antara kandidat dan masyarakat. Melalui forum ini, peserta diberikan kesempatan untuk menyampaikan pertanyaan, kritik, maupun tanggapan secara langsung kepada kandidat. Interaksi yang terbangun menunjukkan bahwa peserta tidak hanya berperan sebagai pendengar, tetapi juga menjadi bagian aktif dalam proses komunikasi politik. Selain dilaksanakan secara tatap muka, kegiatan ini juga disiarkan melalui berbagai platform digital sehingga mampu menjangkau audiens yang lebih luas.

Berbeda dengan Desak Anies, berdasarkan hasil pengamatan penelitian, pola kampanye pasangan calon nomor urut 2 lebih menekankan

komunikasi satu arah melalui kampanye berskala besar, media arus utama, dan distribusi konten digital secara masif. Strategi tersebut berorientasi pada penyampaian pesan politik kepada publik dalam skala luas guna membangun citra dan meningkatkan eksposur kandidat. Dalam model ini, masyarakat lebih banyak berperan sebagai penerima pesan dibandingkan sebagai pihak yang terlibat langsung dalam dialog politik. Perbedaan tersebut menunjukkan adanya variasi strategi kampanye yang digunakan masing-masing pasangan calon sesuai dengan segmentasi pemilih dan tujuan komunikasi politik yang ingin dicapai.

Dalam dinamika kampanye yang sama, pasangan calon nomor urut 3 juga menghadirkan program Tabrak Prof yang memiliki kemiripan dengan Desak Anies karena sama-sama menggunakan format dialog langsung antara kandidat dan masyarakat. Kedua program

tersebut memberikan ruang bagi masyarakat untuk menyampaikan pertanyaan, kritik, dan aspirasi secara langsung sehingga masyarakat tidak hanya menjadi objek kampanye, tetapi juga subjek yang aktif dalam komunikasi politik. Namun demikian, terdapat perbedaan karakter antara keduanya. Desak Anies cenderung menghadirkan diskusi yang lebih tersegmentasi dengan dominasi peserta dari kalangan masyarakat perkotaan dan kelompok terdidik, sedangkan Tabrak Prof menampilkan suasana yang lebih spontan dan santai. Selain itu, Desak Anies memberikan ruang yang lebih luas bagi peserta untuk menyampaikan pertanyaan secara langsung sehingga dinamika diskusi terlihat lebih terbuka dan partisipatif.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kemunculan program-program dialogis tersebut mencerminkan adanya perkembangan strategi kampanye politik yang mulai bergeser ke arah

komunikasi dua arah. Kampanye tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan politik, tetapi juga sebagai ruang interaksi yang memungkinkan terjadinya pertukaran gagasan antara kandidat dan masyarakat. Dalam konteks ini, Desak Anies dapat dipahami sebagai bentuk strategi kampanye yang menekankan keterlibatan publik sekaligus menjadi respons terhadap tuntutan masyarakat akan komunikasi politik yang lebih terbuka dan partisipatif.

Desak Anies juga menjadi salah satu strategi komunikasi politik Anies Baswedan untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat, khususnya generasi muda. Program ini menghadirkan pendekatan yang berbeda dari kampanye konvensional karena memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk berdialog secara langsung dengan kandidat. Kehadiran peserta dalam forum lebih didasarkan pada ketertarikan dan kesadaran politik

individu dibandingkan mobilisasi massa. Kondisi tersebut menciptakan ruang diskusi yang lebih demokratis serta memperkuat kedekatan emosional antara kandidat dan masyarakat. Program ini juga dinilai berhasil menarik perhatian kelompok masyarakat perkotaan dan kalangan terdidik yang memiliki karakter kritis serta aktif mengikuti perkembangan isu sosial dan politik.

Efektivitas Desak Anies semakin diperkuat melalui pemanfaatan media sosial, khususnya YouTube, Instagram, TikTok, dan platform digital lainnya. Media sosial menjadi sarana penting dalam memperluas jangkauan program serta menyampaikan pesan politik kepada audiens yang lebih luas. Pemanfaatan platform digital ini sejalan dengan karakteristik generasi muda yang merupakan kelompok paling aktif mengakses informasi politik melalui internet. Selain meningkatkan partisipasi publik, penggunaan media

sosial juga mendukung pembentukan personal branding Anies Baswedan sebagai sosok pemimpin yang terbuka, komunikatif, dan dekat dengan masyarakat. Integrasi antara forum dialog dan media digital menunjukkan bahwa Desak Anies tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan kampanye tatap muka, tetapi juga sebagai strategi komunikasi politik yang mampu menghubungkan ruang fisik dan ruang digital dalam membangun keterlibatan publik.

4. Perbedaan dengan Model Kampanye Lain

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara, model kampanye Desak Anies menunjukkan perbedaan yang cukup signifikan dibandingkan kampanye politik konvensional. Perbedaan utama terletak pada pola komunikasi yang dibangun. Kampanye konvensional, seperti rapat akbar, umumnya berlangsung satu arah dengan kandidat sebagai penyampai

pesan dan masyarakat sebagai pendengar. Sebaliknya, Desak Anies menerapkan komunikasi dua arah melalui forum dialog yang memungkinkan peserta mengajukan pertanyaan, memberikan tanggapan, serta terlibat langsung dalam proses komunikasi politik. Menurut Fitriyah, perbedaan utama program ini terletak pada pola interaksi yang menempatkan kandidat dan masyarakat sama-sama aktif dalam proses dialog, sehingga lebih sesuai dengan karakter masyarakat perkotaan dan kelompok terdidik yang memiliki budaya politik partisipatif (Wawancara, 19 Februari 2026).

Perbedaan pola komunikasi tersebut turut memengaruhi tingkat keterlibatan masyarakat. Dalam kampanye konvensional, partisipasi publik umumnya terbatas pada kehadiran dan respons terhadap pidato yang disampaikan kandidat. Sementara itu, Desak Anies memberikan ruang yang

lebih luas bagi masyarakat untuk menyampaikan aspirasi, kritik, maupun pertanyaan secara langsung. Kondisi ini menunjukkan bahwa model kampanye dialogis mampu menciptakan keterlibatan yang lebih aktif dibandingkan kampanye tradisional. Selain itu, peserta tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga berperan dalam membentuk jalannya diskusi dan isu yang dibahas selama forum berlangsung.

Jika dibandingkan dengan kampanye berbasis media dan iklan politik, perbedaan juga terlihat pada cara penyampaian pesan. Kampanye berbasis media umumnya menggunakan pesan yang telah dirancang secara sistematis melalui slogan, video, maupun konten media sosial yang bertujuan membangun citra kandidat. Pola komunikasi yang terbentuk cenderung satu arah karena masyarakat hanya berperan sebagai penerima informasi. Sebaliknya, dalam

Desak Anies, penyampaian pesan berkembang mengikuti dinamika pertanyaan dan isu yang diangkat peserta. Kandidat memberikan respons secara langsung terhadap persoalan yang muncul dalam forum sehingga pembahasan menjadi lebih kontekstual dan relevan dengan kebutuhan masyarakat yang hadir.

Meskipun demikian, model dialogis ini juga memiliki sejumlah keterbatasan. Beberapa informan menilai bahwa jawaban yang diberikan kandidat terkadang masih bersifat umum dan konseptual, terutama ketika pertanyaan membutuhkan penjelasan yang lebih teknis. Andrea Nesya menyampaikan bahwa beberapa jawaban dinilai terlalu normatif sehingga belum sepenuhnya menjawab persoalan implementatif (Wawancara, 19 Desember 2025). Pandangan serupa juga disampaikan oleh Satria Fawaz yang menilai keterbatasan waktu dan akses menyebabkan tidak semua

pertanyaan masyarakat dapat terjawab secara optimal (Wawancara, 18 Desember 2025). Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun forum dialog membuka ruang interaksi yang lebih luas, kedalaman pembahasan tetap dipengaruhi oleh keterbatasan waktu dan banyaknya isu yang dibahas.

Perbedaan lainnya terlihat pada tingkat keterbukaan forum. Kampanye konvensional umumnya berlangsung dalam ruang yang lebih terkontrol dengan bentuk interaksi yang telah diatur sebelumnya. Sebaliknya, Desak Anies dilaksanakan dengan format yang lebih terbuka dan memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk terlibat secara langsung dalam diskusi. Namun, keterbukaan tersebut tetap memiliki batasan karena partisipasi peserta dipengaruhi oleh akses informasi, lokasi kegiatan, kapasitas tempat, serta karakteristik masyarakat yang tertarik mengikuti forum politik. Dalam praktiknya, peserta yang hadir

cenderung berasal dari kalangan muda, mahasiswa, dan masyarakat perkotaan yang memiliki tingkat partisipasi politik relatif tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi yang terbentuk masih bersifat tersegmentasi pada kelompok tertentu.

Dari perspektif akademisi, Desak Anies dapat dipahami sebagai inovasi komunikasi politik yang menggabungkan interaksi langsung dengan pemanfaatan media digital. Fitriyah menilai bahwa model ini menunjukkan pergeseran pola kampanye dari mobilisasi massa menuju kampanye yang lebih menekankan keterlibatan publik dan dialog langsung (Wawancara, 19 Februari 2026). Namun demikian, ia juga menegaskan bahwa kampanye dialogis bukanlah sesuatu yang sepenuhnya baru karena pada dasarnya komunikasi politik ideal memang menempatkan dialog sebagai unsur penting dalam interaksi antara kandidat

dan masyarakat. Oleh karena itu, model seperti Desak Anies lebih tepat dipahami sebagai pelengkap kampanye konvensional daripada pengganti sepenuhnya.

Selain forum tatap muka, Desak Anies juga memanfaatkan media digital untuk memperluas jangkauan komunikasi politik. Kegiatan yang berlangsung di lapangan didokumentasikan dan disebarluaskan melalui berbagai platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan X. Melalui media digital, interaksi yang terjadi di ruang fisik dapat diakses oleh audiens yang lebih luas. Potongan video, kutipan jawaban kandidat, dan berbagai momen diskusi dapat disebarluaskan kembali oleh pengguna media sosial sehingga memperluas distribusi pesan politik. Integrasi antara forum dialog dan media digital ini menunjukkan adanya perubahan pola kampanye politik yang semakin mengarah pada komunikasi yang

partisipatif, interaktif, dan terhubung antara ruang fisik dan ruang digital.

Secara keseluruhan, perbedaan utama antara Desak Anies dan model kampanye lainnya terletak pada pola komunikasi dua arah, tingkat keterlibatan masyarakat yang lebih aktif, fleksibilitas penyampaian pesan, serta integrasi antara kegiatan lapangan dan media digital. Meskipun memiliki sejumlah keterbatasan, model ini menunjukkan adanya upaya untuk menghadirkan komunikasi politik yang lebih dialogis dan partisipatif sesuai dengan perkembangan teknologi serta perubahan karakteristik masyarakat dalam mengakses informasi politik.

5. Evaluasi Model Kampanye

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara, model kampanye Desak Anies menunjukkan karakteristik yang berbeda dibandingkan kampanye konvensional. Melalui pendekatan dialogis, kampanye tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian

pesan politik, tetapi juga menjadi ruang interaksi yang memungkinkan pertukaran gagasan secara langsung antara kandidat dan masyarakat. Model ini memperlihatkan pola komunikasi politik yang lebih partisipatif dengan menempatkan masyarakat sebagai pihak yang turut terlibat dalam proses komunikasi politik.

Salah satu aspek yang menonjol adalah tingkat keterlibatan masyarakat yang relatif tinggi. Peserta tidak hanya hadir sebagai pendengar, tetapi juga memiliki kesempatan untuk menyampaikan pertanyaan, kritik, dan aspirasi secara langsung kepada kandidat. Kondisi ini menciptakan komunikasi yang lebih interaktif dan berpotensi meningkatkan kedekatan antara kandidat dan masyarakat. Namun, keterlibatan tersebut belum sepenuhnya merata karena peserta yang hadir umumnya berasal dari kalangan muda, mahasiswa, masyarakat perkotaan, serta individu yang memiliki

ketertarikan terhadap isu politik. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi masih dipengaruhi oleh faktor akses informasi, tingkat pendidikan, dan budaya politik masyarakat.

Dari sisi efektivitas komunikasi, model kampanye ini mampu menciptakan komunikasi dua arah yang memberikan kesempatan bagi peserta untuk memperoleh informasi secara langsung sekaligus menguji gagasan kandidat. Meski demikian, beberapa informan menilai bahwa jawaban yang diberikan terkadang masih bersifat umum dan konseptual, terutama ketika pertanyaan membutuhkan penjelasan yang lebih teknis. Sebagaimana disampaikan oleh Andrea Nesya, “Kalau kelemahannya, tadi secara jawaban mungkin ada beberapa yang dinilai terlalu normatif ya, atau terlalu konseptual, sehingga ya belum sepenuhnya menjawab persoalan teknis atau implementasi” (Wawancara, 19 Desember 2025). Temuan ini

menunjukkan bahwa keterbatasan waktu dan banyaknya topik yang dibahas memengaruhi kedalaman diskusi dalam forum.

Aspek lain yang turut mendukung pelaksanaan kampanye adalah pemanfaatan media digital. Melalui media sosial, jangkauan program tidak terbatas pada peserta yang hadir secara langsung, tetapi juga menjangkau audiens yang lebih luas. Namun, penggunaan media digital juga memperlihatkan adanya selektivitas dalam penyajian konten karena momen-momen tertentu yang dianggap menarik lebih sering dipublikasikan dibandingkan keseluruhan dinamika forum. Kondisi ini menunjukkan bahwa persepsi publik terhadap kegiatan tidak hanya dibentuk oleh pengalaman langsung, tetapi juga oleh representasi yang ditampilkan di media digital.

Secara umum, peserta memberikan penilaian positif terhadap program ini karena dianggap mampu menghadirkan

ruang aspirasi yang lebih terbuka dan suasana diskusi yang lebih nyaman. Akan tetapi, beberapa informan juga menyoroti keterbatasan pelaksanaan kegiatan, terutama terkait waktu yang terbatas dan belum terakomodasinya seluruh pertanyaan peserta. Satria Fawaz menyatakan bahwa “beberapa minus nya karena keterbatasan akses, keterbatasan waktu jadi belum bisa sepenuhnya benar-benar bisa menjawab pertanyaan dari masyarakat” (Wawancara, 18 Desember 2025). Selain itu, ia juga menilai bahwa sebagian besar penanya merupakan pendukung kandidat sehingga pertanyaan yang diajukan dinilai kurang kritis dan belum sepenuhnya mencerminkan semangat “mendesak” sebagaimana konsep program tersebut.

Dengan demikian, evaluasi terhadap model kampanye Desak Anies menunjukkan bahwa program ini memiliki keunggulan dalam menciptakan partisipasi dan interaksi

politik yang lebih terbuka dibandingkan kampanye konvensional. Namun, masih terdapat sejumlah keterbatasan, seperti segmentasi peserta, kedalaman pembahasan yang belum merata, keterbatasan waktu, serta proses konstruksi pesan melalui media digital. Oleh karena itu, Desak Anies dapat dipahami sebagai inovasi komunikasi politik yang menawarkan pendekatan baru dalam kampanye, tetapi efektivitasnya tetap dipengaruhi oleh berbagai faktor yang muncul dalam praktik pelaksanaannya.

6. Ketertarikan dan Keterlibatan Peserta

Berdasarkan hasil wawancara, ketertarikan dan keterlibatan peserta dalam program Desak Anies menunjukkan dinamika yang beragam. Ketertarikan tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, mulai dari latar belakang individu, pengalaman politik, hingga akses terhadap informasi. Sebagian besar informan mengaku

pertama kali mengetahui program ini melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Temuan ini menunjukkan bahwa media digital memiliki peran penting dalam membangun awareness publik sekaligus mendorong partisipasi masyarakat dalam kegiatan kampanye politik. Selain itu, ketertarikan peserta juga didorong oleh format kegiatan yang dianggap berbeda dari kampanye konvensional. Forum dialog yang terbuka memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk berinteraksi secara langsung dengan kandidat, sehingga peserta merasa lebih terlibat dalam proses komunikasi politik dibandingkan hanya menjadi pendengar pasif.

Keterlibatan peserta dalam program ini tidak hanya ditunjukkan melalui kehadiran secara fisik, tetapi juga melalui partisipasi aktif selama forum berlangsung. Peserta diberikan kesempatan untuk mengajukan

pertanyaan, menyampaikan pendapat, serta memberikan tanggapan terhadap jawaban kandidat. Format dialogis tersebut menciptakan pengalaman yang lebih partisipatif dan mendorong keterlibatan yang bersifat aktif. Tingginya antusiasme peserta menunjukkan bahwa program Desak Anies berpotensi menarik minat generasi muda yang sebelumnya kurang tertarik pada isu politik. Namun demikian, tingkat keterlibatan peserta tidak sepenuhnya seragam. Peserta yang telah memiliki preferensi politik tertentu cenderung menunjukkan partisipasi yang lebih tinggi, sedangkan peserta yang bersifat netral lebih banyak berperan sebagai pengamat dan melakukan evaluasi terhadap jalannya kegiatan. Hal ini menunjukkan bahwa keterlibatan peserta dipengaruhi tidak hanya oleh desain program, tetapi juga oleh sikap politik yang telah dimiliki sebelumnya.

Dari perspektif yang lebih luas, keterlibatan peserta dalam program Desak Anies dapat dipahami sebagai bentuk partisipasi politik nonformal yang memberikan ruang bagi masyarakat untuk terlibat secara langsung dalam komunikasi politik. Melalui forum dialog terbuka, peserta dapat menyampaikan pertanyaan, kritik, maupun aspirasi secara langsung kepada kandidat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa program ini mampu menciptakan ruang partisipasi yang lebih luas dibandingkan kampanye konvensional yang umumnya bersifat satu arah. Selain menjadi sarana kampanye, forum ini juga berfungsi sebagai ruang pertukaran gagasan yang memungkinkan masyarakat menguji gagasan dan respons kandidat terhadap berbagai persoalan publik. Dengan demikian, hubungan antara kandidat dan masyarakat menjadi lebih terbuka, interaktif, dan partisipatif.

Meskipun demikian, keterlibatan yang terbentuk dalam program ini belum sepenuhnya merepresentasikan seluruh lapisan masyarakat. Peserta yang hadir umumnya berasal dari kalangan muda, mahasiswa, masyarakat perkotaan, serta individu yang memiliki akses terhadap informasi digital dan ketertarikan terhadap isu politik. Kondisi ini menunjukkan bahwa partisipasi masih dipengaruhi oleh faktor sosial dan struktural, seperti tingkat pendidikan, akses informasi, dan budaya partisipasi politik. Selain itu, penyebaran informasi kegiatan yang banyak mengandalkan media sosial membuat kelompok masyarakat yang aktif di ruang digital memiliki peluang lebih besar untuk mengetahui dan mengikuti kegiatan tersebut. Oleh karena itu, meskipun program Desak Anies berhasil menciptakan keterlibatan yang relatif tinggi dan menghadirkan pola kampanye yang lebih partisipatif, jangkauannya

terhadap masyarakat masih memiliki keterbatasan tertentu.

7. Interpretasi Persepsi dan Dampak Program Desak Anies

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan, persepsi peserta terhadap program Desak Anies menunjukkan variasi yang dipengaruhi oleh pengalaman mengikuti kegiatan, latar belakang sosial, preferensi politik, serta tingkat pengetahuan politik masing-masing. Sebagian peserta memandang program ini sebagai bentuk kampanye yang inovatif dan lebih dekat dengan masyarakat, sementara sebagian lainnya melihatnya sebagai bagian dari strategi komunikasi politik yang dirancang untuk membangun citra kandidat. Perbedaan pandangan tersebut menunjukkan bahwa persepsi peserta terbentuk melalui pengalaman langsung selama forum berlangsung sekaligus dipengaruhi oleh pemahaman politik yang telah dimiliki sebelumnya.

Secara umum, peserta menilai Desak Anies berbeda dari kampanye politik konvensional karena menggunakan format dialog yang memungkinkan interaksi langsung antara kandidat dan masyarakat. Melalui forum ini, peserta tidak hanya menjadi pendengar, tetapi juga memiliki kesempatan untuk menyampaikan pertanyaan, kritik, dan aspirasi secara langsung. Kondisi tersebut menciptakan kesan bahwa masyarakat memiliki ruang partisipasi yang lebih besar dalam proses komunikasi politik. Pengalaman komunikasi dua arah yang terjadi selama forum juga dinilai lebih nyata dan autentik karena peserta dapat melihat secara langsung bagaimana kandidat menjawab pertanyaan, menyampaikan pandangan, dan merespons berbagai isu yang diangkat.

Meskipun demikian, tidak semua peserta memberikan penilaian yang sepenuhnya positif. Beberapa informan

menilai bahwa jawaban yang diberikan kandidat masih cenderung bersifat umum dan belum menjelaskan aspek teknis kebijakan secara mendalam. Selain itu, keterbukaan yang ditampilkan dalam forum dianggap belum sepenuhnya ideal karena adanya keterbatasan waktu, jumlah peserta yang besar, serta mekanisme diskusi yang membuat tidak semua peserta memperoleh kesempatan yang sama untuk berbicara. Dengan demikian, ruang partisipasi yang tersedia tetap memiliki batasan tertentu dalam praktik pelaksanaannya.

Dari sisi dampak, program Desak Anies dinilai mampu meningkatkan pemahaman peserta terhadap visi, program, dan berbagai isu politik yang dibahas dalam forum. Interaksi langsung memberikan kesempatan bagi peserta untuk menilai kemampuan komunikasi kandidat, cara merespons persoalan publik, serta konsistensi jawaban yang disampaikan. Bagi

peserta yang telah memiliki preferensi politik tertentu, pengalaman tersebut cenderung memperkuat keyakinan yang sudah ada, sedangkan bagi peserta yang masih netral, forum ini menjadi sarana untuk melakukan penilaian secara lebih langsung terhadap kandidat. Selain itu, peserta juga merasakan adanya peningkatan keterlibatan dalam proses politik karena mereka memperoleh ruang untuk menyampaikan aspirasi dan menjadi bagian dari diskusi publik.

Dampak program juga diperluas melalui pemanfaatan media sosial yang memungkinkan dokumentasi kegiatan menjangkau audiens yang lebih luas. Potongan video, kutipan jawaban kandidat, dan berbagai dinamika diskusi yang tersebar di platform digital membantu membentuk persepsi publik terhadap kandidat maupun program kampanye yang dijalankan. Namun demikian, representasi yang muncul di media digital tidak selalu menggambarkan keseluruhan dinamika

forum karena adanya proses seleksi terhadap konten yang disebarluaskan. Secara keseluruhan, program Desak Anies menunjukkan perkembangan pola komunikasi politik yang lebih dialogis, interaktif, dan partisipatif, meskipun masih terdapat berbagai keterbatasan dalam pelaksanaannya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa program Desak Anies merupakan bentuk inovasi kampanye politik yang mengedepankan komunikasi dua arah melalui dialog langsung antara kandidat dan masyarakat. Model kampanye ini menunjukkan pergeseran dari pola kampanye konvensional yang cenderung satu arah menuju pendekatan yang lebih partisipatif dan interaktif.

Format kampanye Desak Anies memadukan forum dialog tatap muka, interaksi di ruang publik, serta pemanfaatan media digital. Melalui format tersebut, masyarakat diberikan ruang untuk menyampaikan pertanyaan, kritik, dan

aspirasi secara langsung kepada kandidat. Hal ini menjadikan masyarakat tidak hanya sebagai penerima pesan politik, tetapi juga sebagai pihak yang terlibat aktif dalam proses komunikasi politik.

Pelaksanaan kampanye Desak Anies menunjukkan pola yang relatif sistematis namun tetap fleksibel sesuai kondisi lapangan. Dukungan relawan serta pemanfaatan media sosial turut memperluas jangkauan kampanye dan memperkuat keterhubungan antara ruang fisik dan ruang digital.

Dibandingkan dengan model kampanye lainnya, Desak Anies memiliki keunggulan dalam menciptakan keterlibatan publik yang lebih tinggi melalui komunikasi dialogis. Namun, model ini juga memiliki keterbatasan, seperti keterbatasan waktu, kapasitas peserta, serta kecenderungan partisipasi yang masih didominasi oleh kelompok masyarakat perkotaan dan kalangan terdidik.

Secara keseluruhan, Desak Anies dapat dipahami sebagai strategi komunikasi politik yang menekankan partisipasi, interaksi, dan keterbukaan. Kehadirannya menunjukkan adanya adaptasi kampanye politik terhadap perkembangan teknologi, media digital, serta perubahan karakteristik masyarakat dalam mengakses dan berpartisipasi dalam proses politik.

SARAN

Bagi penyelenggara kampanye, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan pemerataan partisipasi masyarakat dalam forum dialog. Meskipun format kampanye yang digunakan telah memberikan ruang bagi masyarakat untuk menyampaikan aspirasi secara langsung, keterbatasan waktu dan kapasitas forum masih menyebabkan tidak semua peserta memperoleh kesempatan yang sama untuk berpartisipasi. Oleh karena itu, mekanisme pelaksanaan forum perlu dikembangkan agar dapat menjangkau lebih banyak kelompok masyarakat dengan latar belakang yang beragam.

Dari aspek pelaksanaan kegiatan, disarankan agar ruang diskusi yang tersedia dapat dimanfaatkan untuk membahas isu secara lebih mendalam dan konkret. Pembahasan yang lebih rinci diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih jelas kepada peserta terkait program, gagasan, maupun solusi yang ditawarkan kandidat terhadap berbagai permasalahan publik. Dengan demikian, kualitas dialog yang berlangsung tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga substantif.

Dalam pemanfaatan media digital, disarankan agar dokumentasi dan penyajian konten kampanye dapat menggambarkan keseluruhan dinamika kegiatan secara lebih komprehensif. Penyajian informasi yang lebih utuh akan membantu masyarakat memperoleh pemahaman yang lebih objektif mengenai jalannya kampanye serta mengurangi potensi munculnya persepsi yang hanya didasarkan pada potongan-potongan konten tertentu.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian mengenai model kampanye dialogis masih

perlu dikembangkan lebih lanjut. Kajian berikutnya dapat difokuskan pada pengaruh kampanye dialogis terhadap perilaku memilih, tingkat partisipasi politik masyarakat, maupun efektivitasnya dibandingkan dengan model kampanye politik lainnya. Dengan demikian, dapat diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perkembangan strategi komunikasi politik di Indonesia.

Bagi masyarakat, khususnya pemilih muda, diharapkan dapat memanfaatkan ruang-ruang dialog politik sebagai sarana untuk meningkatkan literasi politik dan memperluas pemahaman terhadap berbagai isu publik. Keterlibatan aktif dalam kegiatan politik yang bersifat partisipatif dapat membantu masyarakat menjadi pemilih yang lebih kritis, rasional, dan bertanggung jawab dalam proses demokrasi.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam memahami hasil penelitian. Pertama,

penelitian ini berfokus pada formulasi dan pelaksanaan program Desak Anies sebagai strategi kampanye interaktif, sehingga tidak mengukur secara langsung pengaruh program tersebut terhadap elektabilitas maupun perolehan suara pasangan calon dalam Pemilihan Presiden 2024.

Kedua, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan memahami fenomena secara mendalam melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Oleh karena itu, temuan penelitian tidak dimaksudkan untuk digeneralisasikan pada seluruh praktik kampanye politik di Indonesia.

Ketiga, penelitian ini hanya berfokus pada program Desak Anies dan tidak melakukan perbandingan secara mendalam dengan seluruh strategi kampanye yang digunakan oleh pasangan calon lain. Dengan demikian, penelitian lebih diarahkan untuk memahami karakteristik dan pelaksanaan program Desak Anies daripada menilai

efektivitasnya dibandingkan model kampanye lainnya.

Keempat, penelitian dilakukan berdasarkan data yang diperoleh selama periode kampanye Pemilihan Presiden 2024 serta dokumentasi digital yang tersedia pada saat penelitian berlangsung. Perkembangan dinamika politik setelah pemilu memungkinkan munculnya perspektif dan temuan baru yang belum tercakup dalam penelitian ini.

Kelima, penelitian ini memiliki keterbatasan akses terhadap beberapa narasumber yang terlibat dalam perumusan strategi kampanye di tingkat nasional. Meskipun telah dilakukan triangulasi data melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka, masih terdapat kemungkinan bahwa beberapa informasi terkait proses formulasi program belum tergali secara menyeluruh.

Meskipun demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian komunikasi politik, khususnya mengenai strategi

kampanye interaktif berbasis dialog dan pemanfaatan media digital dalam konteks politik Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). *Laporan Survei Internet Indonesia 2024*.
- Badan Riset dan Inovasi Nasional. (2023). *Analisis strategi kampanye digital Pemilu*. Jakarta: BRIN Press.
- Denton Nimmo. (2011). *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Darren G. Lilleker. (2011). *Political Campaigning and Communication: Principles and Practice*. Routledge.
- Daniel Kreiss. (2016). *Prototype Politics: Technology-Intensive Campaigning and the Data of Democracy*. Oxford University Press.
- Encyclopaedia Britannica. (2016). Deliberative democracy.
- Evan Aspinall. (2010). *The Irony of Success: Indonesian Democracy after Reformasi*.
- Firmanzah. (2012). *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Frank Esser., & Barbara Pfetsch. (2020). *Comparing Political Communication: A 21st Century Perspective*. Cambridge University Press.
- Hafied Cangara. (2012). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Indikator Politik Indonesia. (2023). *Rilis survei pemilih muda pada Pemilu 2024*.
- Johan Stromback. (2011). Mediatization and perceptions of the media's political influence. *Journalism Studies*, 12(4), 423–439.
- Komisi Pemilihan Umum. (2024). *Data Pemilih Tetap Pemilu 2024*. Jakarta: KPU RI.
- Katadata Insight Center. (2023). KPU: Pemilih Pemilu 2024 didominasi oleh kelompok Gen Z dan milenial. <https://news.republika.co.id/>
- Katadata. (2024). Survei dukungan Gen Z dan milenial dalam Pilpres 2024. <https://katadata.co.id/>
- Larry Diamond. (2019). *Ill Winds: Saving Democracy from Russian Rage, Chinese Ambition, and American Complacency*. Penguin Press.
- Merlyna Lim. (2017). Freedom to Hate: Social Media, Algorithmic Enclaves, and the Rise of Tribal Nationalism in Indonesia. *Critical Asian Studies*, 49(3), 411–427.
- Nugroho, A. (2024). Perbandingan model kampanye Desak Anies dan kampanye politik populer pada Pemilu 2024. *Jurnal Ilmu Politik*, 15(1), 45–60.
- Pamungkas, A. D., & Arifin, R. (2019). Demokrasi dan kampanye hitam dalam Pemilu. *DIKTUM: Jurnal Syariah dan Hukum*, 17(1), 16–30.
- Putri, A., & Wijaya, R. (2024). Pengaruh tayangan Desak Anies, political branding, dan kredibilitas kandidat terhadap minat memilih. *Jurnal Komunikasi Politik*, 8(2), 101–118.
- Pippa Norris. (2014). *Why Electoral Integrity Matters*. Cambridge University Press.
- Ramadhan, F. (2024). Efektivitas kampanye Desak Anies melalui TikTok terhadap partisipasi politik

pemilih muda. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 6(1), 23–38.

R. K. Gibson., & Andrea Rommele. (2014). Digital campaigning: The rise of candidate-centered campaigning. *Party Politics*, 20(1), 77–89.

Sari, D. (2024). Analisis pesan kampanye Desak Anies dalam perspektif psikologi politik. *Jurnal Psikologi Politik*, 4(1), 55–70.

Sardini, N. H. (2025). *Pemanfaatan sistem informasi manajemen: Evaluasi pemilu tahun 2024 dan proyeksi pemilu tahun 2029*. Bawaslu.

Samuel P. Huntington. (1991). *The Third Wave: Democratization in the Late Twentieth Century*. University of Oklahoma Press.

Samuel P. Huntington., & Joan M. Nelson. (1994). *Partisipasi Politik di Negara Berkembang*. Jakarta: Rineka Cipta.

Trauttmann Gajardo, T. (2024). *The Use of Strategic Communication in Political Campaigns* (Unpublished master's thesis). <https://www.diva-portal.org/>

Venus, A. (2004). *Manajemen kampanye: Panduan teoretis dan praktis dalam mengefektifkan kampanye komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media.

World Population Review. (2024). TikTok users by country 2025. <https://worldpopulationreview.com/>