

Abstrak

Kampanye politik merupakan bagian esensial dalam meraih dukungan pemilih. Tulisan ini mengkaji Program Desak Anies yang menjadi salah satu strategi kampanye politik Anies Baswedan dalam menarik simpati masyarakat pada Pemilihan Presiden 2024. Program ini mewujudkan kampanye berbasis dialog yang memungkinkan masyarakat menilai kualitas Anies Baswedan secara langsung. Tulisan ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi kampanye Anies Baswedan melalui program Desak Anies pada Pemilihan Presiden 2024. Tulisan ini didasarkan pada metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dalam tulisan ini dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil dari tulisan ini merujuk pada Desak Anies yang dikelola oleh Ubah Bareng sebagai program kampanye inovatif dengan komunikasi secara dua arah antara Capres Anies Baswedan dan masyarakat. Desak Anies menjadikan anak muda sebagai target utama hingga dihadiri berbagai kalangan dari segala usia dan profesi bahkan bukan pemilih Anies. Isu yang dibahas memanfaatkan tematik edisi, khususnya 12 isu di beberapa titik lokasi terakhir. Desak Anies menjadi semakin fenomenal dengan penggunaan berbagai media, khususnya platform Instagram, TikTok, dan X (Twitter).

Kata Kunci: Strategi, Kampanye, Politik, Isu, Desak Anies, Pemilihan Presiden

Abstract

Political campaigns are an essential part of gaining voter support. This article examines the Desak Anies Program, which is one of Anies Baswedan's political campaign strategies in attracting public sympathy in the 2024 Presidential Election. This program creates a dialogue-based campaign that allows the public to assess Anies Baswedan's quality directly. This article aims to describe Anies Baswedan's campaign strategy through the Desak Anies program in the 2024 Presidential Election. This article is based on qualitative research methods with a case study approach. The data in this paper was collected through in-depth interviews, observation, and documentation studies. The results of this article refer to Desak Anies, which is managed by Ubah Bareng as an innovative campaign program with two-way communication between presidential candidate Anies Baswedan and the community. Desak Anies aimed young people to be the main target so that it was attended by various groups of all ages and professions, even non-voters of Anies. The issues discussed utilize the thematic edition, especially 12 issues in the last few locations. Desak Anies become increasingly phenomenal with the use of various media, especially the Instagram, TikTok, and X (Twitter) platforms.

Keywords: Strategy, Campaign, Politics, Issues, Desak Anies, Presidential Election

