

ABSTRAK

Pilkada Kabupaten Banyumas 2024 menghadirkan fenomena kolom kosong dalam kontestasi calon tunggal yang secara aktif dimobilisasi oleh Koalisi Rakyat Banyumas (KRB). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi kampanye KRB dalam mengonstruksi kolom kosong sebagai pilihan politik yang sah dan bermakna. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus melalui wawancara mendalam, observasi non-partisipatif, dokumentasi, dan analisis data resmi dari KPU. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa strategi KRB dibentuk melalui tiga aspek utama. Pertama, perencanaan kampanye berbasis marketing politik dengan adanya struktur organisasi yang tersegmentasi dan mobilisasi akar rumput hingga tingkat RT/RW. Kedua, framing naratif yang mengonstruksi kolom kosong sebagai ekspresi *critical citizenship*, bukan sebagai bentuk apatisisme politik. Ketiga, penggunaan saluran komunikasi media luar ruang, media sosial, dan jaringan komunitas, sebagai instrumen agenda-setting dan mobilisasi partisipasi. Meskipun tidak berhasil dalam kontestasi, hasil 40,56% suara menunjukkan bahwa kampanye kolom kosong dapat berfungsi sebagai saluran ekspresi politik yang terstruktur dalam situasi kompetisi elektoral yang terbatas. Temuan ini menegaskan bahwa kolom kosong pada pemilihan kepala daerah calon tunggal bisa berperan sebagai mekanisme kritik demokratis terhadap rendahnya kompetisi politik di tingkat lokal.

Kata kunci: Strategi Kampanye, Kolom Kosong, Framing Politik, Mobilisasi, Pilkada Banyumas.

SUMMARY

Banyumas Regency Regional Election 2024 presents an empty column phenomenon in the single candidate contestation which is actively mobilized by the Banyumas People's Coalition (KRB). This research aims to analyze the KRB campaign strategy in constructing blank columns as a legitimate and meaningful political choice. This research uses a qualitative approach by using the case study method through in-depth interviews, non-participatory observations, documentation, and official data analysis from the KPU. The research results indicate that the KRB strategy is formed through three main aspects. First, campaign planning based on political marketing with an organizational structure that segmented and grassroots mobilization to the RT/RW level. Second, framing Narrative that constructs an empty column as an expression of critical citizenship, not as a form of political apathy. Third, the use of external media communication channels space, social media, and community networks, as agenda-setting instruments and participation mobilization. Although not successful in the contest, the result was 40.56% of the vote shows that a blank column campaign can function as a structured political expression channel in a situation of limited electoral competition. This finding confirms that a blank column in the election of a single candidate regional head can act as a democratic criticism mechanism for low political competition at the local level.

Keywords: Campaign Strategy, Blank Column, Political Framing, Mobilization, Banyumas Regional Election.