

Article

**Analisis Pemilihan Cak Lontong sebagai Ketua Tim Sukses Pramono Anung - Rano Karno dalam Pilkada DKI Jakarta 2024**

Revalyza Misbah<sup>1\*</sup>, Mega Arinda Pramessella<sup>2</sup>, Zahra Hanifah Salma<sup>3</sup>, Ismoyo Sekar Prastin<sup>4</sup>, Tias Rahma Dewi<sup>5</sup>, Abdul Ghofur<sup>6</sup>

<sup>123456</sup>Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta

\* Correspondensi Penulis: [2310413080@mahasiswa.upnvj.ac.id](mailto:2310413080@mahasiswa.upnvj.ac.id)

**Abstract:** *The aim of this study is to examine the political strategy of the Indonesian Democratic Party of Struggle (PDI Perjuangan) in the 2024 Jakarta gubernatorial election (Pilkada DKI Jakarta) through the appointment of Cak Lontong as the campaign manager for the Pramono Anung – Rano Karno ticket. This research analyzes the selection of Cak Lontong, a public figure with an entertainment background, as part of a political campaign strategy. His appointment is particularly interesting to study as it reflects the phenomenon of celebrity involvement in electoral contests in Indonesia, especially in urban areas such as Jakarta. This study adopts a qualitative approach to gain an in-depth understanding of the strategic considerations behind PDI Perjuangan's choice of Cak Lontong, as well as his role in shaping an inclusive, communicative, and community-oriented campaign image. The findings indicate that Cak Lontong's selection was not solely based on his popularity as a comedian, but also influenced by other factors such as integrity, political communication skills, and educational background. With these various considerations, his appointment as campaign manager successfully created a campaign atmosphere that was relaxed yet meaningful, bridging the party's political messages through a lighthearted and educational delivery style. This strategy reflects PDI Perjuangan's adaptation to the political dynamics of urban areas, which require a more communicative approach while still maintaining leadership quality. This research shows that the combination of popularity and competence can enhance a political party's competitiveness without compromising the substance of its political message. Therefore, this study recommends that similar strategies be considered by other political parties to engage voters more effectively.*

**Keywords:** Campaign Team Leader; Celebrity Politics; District Heads Election 2024; Campaign Strategy

**Abstrak:** Tujuan penelitian ini untuk mengkaji strategi politik PDI Perjuangan dalam Pilkada DKI Jakarta 2024 melalui pemilihan Cak Lontong, sebagai Ketua Tim Sukses Pramono Anung - Rano Karno. Penelitian ini menganalisis terkait pemilihan Cak Lontong yang merupakan seorang tokoh publik berlatar belakang dunia hiburan sebagai bagian dari strategi kampanye politik. Pemilihan Cak Lontong ini menarik untuk diteliti, karena fenomena ini mencerminkan penglibatan figur selebritas dalam kontestasi elektoral di Indonesia, khususnya di wilayah perkotaan seperti DKI Jakarta. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif untuk memahami secara mendalam pertimbangan strategis dari partai PDI Perjuangan dalam pemilihan Cak Lontong, serta peran Cak Lontong dalam membentuk citra kampanye yang inklusif, komunikatif, dan dekat dengan masyarakat. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemilihan Cak Lontong tidak semata-mata didasarkan pada popularitasnya sebagai komedian saja, melainkan juga dipengaruhi oleh pertimbangan lainnya seperti integritas, kemampuan komunikasi politiknya, serta latar belakang pendidikan. Dengan berbagai pertimbangan tersebut, pemilihan Cak Lontong sebagai Ketua Tim Sukses, berhasil menghadirkan suasana kampanye yang santai namun bermakna, dengan menjembatani pesan-pesan politik partai melalui gaya penyampaian yang ringan dan edukatif. Strategi ini mencerminkan PDI Perjuangan melakukan adaptasi terhadap dinamika politik di wilayah perkotaan yang memerlukan pendekatan komunikatif, dengan tetap mempertimbangkan kualitas kepemimpinan. Penelitian ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara popularitas dan kualitas dapat memperkuat daya saing partai politik tanpa menghilangkan substansi pesan politik yang disampaikan. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan strategi serupa untuk partai politik lainnya guna menjangkau pemilih secara lebih efektif.

**Kata Kunci:** Ketua Tim Sukses; Politik Selebritas; Pilkada 2024; Strategi Kampanye

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution- ShareAlike 4.0 International (CC BY SA ) License (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).  
**Jurnal Politik dan Pemerintahan Daerah** ISSN 2686-2271 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muara Bungo Jl. Diponegoro No. 27, Muara Bungo-Lambi,

## PENDAHULUAN

Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota di wilayah Provinsi dan Kabupaten/ Kota yang selanjutnya disebut sebagai Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada). Pilkada atau Pemilihan Kepala Daerah merupakan sebuah instrumen penting untuk melaksanakan kedaulatan rakyat dalam sistem demokrasi di Indonesia. Pilkada dilaksanakan secara demokratis dengan menjunjung asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil sesuai dengan aturan undang-undang yang berlaku (Lestari, 2019). Melalui mekanisme ini, masyarakat secara langsung memilih pemimpin daerah yang dianggap mampu merepresentasikan kepentingan publik dan membawa perubahan bagi daerahnya. Masyarakatnya memiliki hak untuk memilih dan mengungkapkan preferensi mereka mengenai wakil mereka di dalam parlemen, sehingga hal tersebut membuat partai-partai politik *bereuforia* dengan mempersiapkan kader-kader yang akan diusung serta strategi kemenangannya (Khamimiya et al., 2023). Seiring berkembangnya zaman, Pilkada bukan hanya bagian dari prosedur demokratis yang berputar pada proses pencalonan dan pencoblosan untuk mencari pemimpin daerah semata. Tetapi Pilkada digunakan juga sebagai sarana komunikasi politik yaitu kampanye, dimana pada aktor politik memberikan pesan-pesan politik kepada masyarakat untuk mempengaruhi opini publik dan mendapatkan dukungan suara (Dhani, 2019). Para calon dan partai politik tidak hanya fokus pada visi dan misi, tetapi juga bagaimana mereka menyampaikan gagasan secara menarik, mudah dipahami, dan tepat sasaran. Oleh karena itu, pendekatan kampanye, gaya komunikasi politik, serta aktor-aktor yang terlibat dalam proses kampanye menjadi aspek yang tidak bisa diabaikan dalam kontestasi elektoral seperti Pilkada DKI Jakarta 2024 (Jamiluddin et al., 2023).

Dalam konteks politik modern, strategi kampanye telah mengalami perubahan signifikan. Partai politik kini tidak hanya berfokus pada penyampaian program kerja dan visi misi, tetapi juga menerapkan strategi komunikasi politik yang menarik masyarakat. Partai politik menyadari bahwa keterlibatan publik dalam proses politik sangat dipengaruhi oleh cara pesan politik dikemas dan disampaikan. Oleh karena itu, muncul *trend* baru di mana partai politik melibatkan figur-figur publik seperti artis, komedian, ataupun influencer yang memiliki popularitas tinggi untuk menjadi bagian dari tim sukses. Di era digital dan budaya pop saat ini, kolaborasi dengan figur terkenal dianggap mampu memberikan daya tarik tersendiri terhadap kampanye, sekaligus mempermudah penyebaran pesan melalui *platform* media sosial maupun media massa (Arighi et al., 2024). Langkah ini dinilai efektif dalam menjangkau para pemilih, mulai dari generasi muda yang akrab dengan media digital dan generasi senior yang banyak mengenal publik figur populer. Pada dunia politik, simbol, citra, dan tokoh memainkan peranan penting dalam membentuk persepsi publik terhadap calon pemimpin. Pemilihan tokoh yang tepat untuk merepresentasikan semangat atau "*passion*" politik calon dapat memberikan nilai tambah signifikan terhadap keberhasilan kampanye. Tokoh yang dipilih tidak hanya berfungsi sebagai pengangkat popularitas, tetapi juga sebagai penyampai pesan politik yang relatable dan mudah diterima publik.

Dalam Pilkada DKI Jakarta 2024, keputusan PDI Perjuangan mengusung pasangan Pramono Anung dan Rano Karno sebagai calon gubernur dan wakil gubernur Jakarta, merupakan strategi komunikasi politik yang inklusif. Kemenangan pasangan Pramono - Rano pada Pilkada DKI Jakarta 2024 tentunya erat berkaitan dengan strategi kampanye dan komunikasi politik yang

dijalankan oleh tim kemenangan paslon (Apriliachani et al., 2024). Dalam kampanye nya, pasangan Pramono - Rano mengusung Cak Lontong sebagai ketua tim sukses untuk menarik dukungan dari masyarakat. Cak Lontong sebagai figur komedi yang banyak dikenal oleh masyarakat luas, dinilai memiliki kemampuan untuk membawakan pesan-pesan serius dengan cara jenaka dan ringan, sehingga dapat menjadi jembatan komunikasi antara kandidat dan masyarakat dengan cara yang santai namun tetap substansial. Dalam salah satu wawancara di kanal YouTube "Talk Politik" yang tayang pada awal 2024, Cak Lontong mengaku ingin membawa gaya komunikasi politik yang tidak membosankan dan bisa mendekatkan politik ke masyarakat tanpa membuatnya terasa berat dan kaku (Talk Politik, 2024). Dilansir dari beberapa lembaga survei terkemuka, pada awal masa pencalonan, pasangan Pramono - Rano memiliki tingkat elektabilitas yang cukup rendah dibandingkan dengan pasangan Ridwan Kamil dan Suswono, akan tetapi strategi yang diberikan oleh Pramono - Rano dapat menaikkan tingkat elektabilitas dan meraih hasil rekapitulasi suara dari KPU Jakarta dengan persentase 50,07% atau setara dengan 2.183.239, sehingga dapat memenangkan Pilkada Jakarta tahun 2024 dengan satu putaran (Kompas TV. "TOK! KPU Resmi Tetapkan Hasil Pilkada Jakarta 2024" dalam Apriliachani dkk, 2024). Strategi kampanye dengan komunikasi politik inklusif yang diterapkan PDIP dalam pasangan Pramono Anung dan Rano Karno dalam Pilkada Daerah Khusus Jakarta 2024 dapat dikatakan berhasil, hal ini tentu menarik untuk diteliti lebih lanjut, khususnya dalam melihat bagaimana peran figur komedian Cak Lontong dalam membentuk komunikasi politik yang efektif, serta dampaknya terhadap citra pasangan calon yang diusung.

Pemilihan Cak Lontong sebagai Ketua Tim Sukses pasangan Pramono Anung dan Rano Karno dalam Pilkada DKI Jakarta 2024 oleh PDIP menjadi hal yang cukup menarik untuk diperbincangkan. Sebagai seorang komedian yang dikenal luas oleh masyarakat, kehadiran Cak Lontong dalam dunia politik praktis bukanlah sesuatu yang biasa. Langkah PDIP ini seolah menunjukkan bahwa strategi kampanye kini tidak hanya bertumpu pada tokoh politik atau kader partai, tetapi juga melibatkan figur publik yang punya daya tarik tersendiri di mata masyarakat. Hal ini memunculkan berbagai pertanyaan terkait pertimbangan PDIP dalam memilih Cak Lontong sebagai Ketua Tim Sukses, apakah hal ini dipengaruhi oleh popularitas dan citra humornya sehingga dianggap mampu menarik perhatian pemilih khususnya generasi muda dan masyarakat kota yang cenderung lebih kritis. Penelitian ini berupaya mendalami alasan di balik pemilihan Cak Lontong dan bagaimana peran tersebut diharapkan bisa memberi dampak positif bagi pasangan calon yang diusung. Oleh karena itu, Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pada dua hal utama yakni apa yang menjadi alasan PDIP memilih Cak Lontong sebagai Ketua Tim Sukses Pasangan Pramono Anung-Rano Karno dalam Pilkada DKI Jakarta 2024 dan bagaimana peran dari Cak Lontong sebagai artis komedian dalam strategi kampanye pasangan Pramono Anung-Rano Karno dalam Pilkada DKI Jakarta 2024.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Strategi Politik**

Dalam dunia politik yang penuh dengan persaingan mengenai kepentingan dan perebutan kekuasaan, strategi politik dalam hal ini memegang peranan penting sebagai alat bagi para aktor politik guna meraih dukungan, mempertahankan legitimasi, hingga memengaruhi bagaimana arah kebijakan publik nantinya. Strategi politik merupakan suatu proses terstruktur dan terencana yang digunakan oleh aktor politik baik individu, partai, maupun kelompok kepentingan untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi ini dapat dilakukan dalam berbagai pendekatan, dimulai dengan penyusunan pesan kampanye, pemetaan konstituen, manajemen media, membentuk aliansi strategis, hingga pada penggalangan sumber daya ekonomi dan sosial. Seiring dengan

perkembangan zaman, masyarakat terus mengalami perubahan dalam perilaku politiknya, dimana guna menghadapi kontestasi politik, menyusun strategi politik menjadi hal yang sangat penting bagi para partai politik (Barokah & Hertanto, 2022). Dalam hal ini strategi juga bergantung pada kemampuan dalam membaca dinamika sosial-politik masyarakat, termasuk isu-isu yang sedang ramai dibicarakan, kemudian persepsi publik terhadap elit politik, serta kecenderungan ideologis yang hidup di tengah masyarakat. Harold Lasswell menekankan bahwa strategi politik melibatkan pada masalah mendistribusikan kekuasaan, dan sumber daya, serta bagaimana aktor politik dapat mengatur proses tersebut secara sistematis. Meskipun begitu, terdapat perbedaan pada strategi kampanye pemilu dengan strategi kampanye politik. Strategi pada kampanye pemilu biasanya terimobilisasi dan bertujuan mencari dukungan, sedangkan strategi kampanye politik cenderung membangun dan membentuk reputasi politik (Lindawati & Partai, 2013). Maka, dalam hal ini strategi politik menuntut adanya kemampuan adaptif dan pemahaman yang mendalam terhadap konteks sosial budaya tempat dimana strategi itu diterapkan. Kemudian, hal ini juga sejalan dengan penggunaan strategi positioning yaitu strategi yang berfokus pada penempatan citra atau persepsi kandidat/partai di hati para pemilih, guna tetap relevan dan menarik di tengah-tengah persaingan politik (Detik Jogja, 2024). Dalam praktiknya, strategi politik seringkali melibatkan unsur simbolik dan emosional seperti pada penggunaan bahasa yang populis, ikon nasional, ataupun representasi kelompok marjinal. Hal ini digunakan untuk menciptakan kedekatan emosional antara para pemimpin politik dan pemilih mereka. Strategi politik juga mencakup pada bagaimana aktor politik membentuk dan dapat memelihara koalisinya, baik pada tingkat elite maupun pada dasarnya. Dalam konteks multipartai seperti di Indonesia, strategi koalisi menjadi hal yang sangat penting dalam menentukan stabilitas pemerintahan pasca pemilu, dibalik ini strategi politik juga mencakup pada aspek moral dan etika. Oleh karena itu, strategi politik yang baik seharusnya tidak hanya efektif dalam jangka pendek, tetapi sebaiknya juga dapat berkontribusi pada penguatan demokrasi dan meningkatkan kualitas kehidupan publik dalam jangka panjang. Dalam konteks penelitian ini, pemilihan Cak Lontong sebagai Ketua Tim Sukses pasangan Pramono Anung - Rano Karno dapat dilihat sebagai bagian dari strategi politik yang bersifat simbolik, komunikatif, dan personal.

### **Komunikasi Politik**

Pada era politik modern yang ditandai dengan adanya perkembangan teknologi informasi yang pesat dan peningkatan partisipasi publik, komunikasi politik menjadi hal yang sangat penting dalam proses demokrasi. Roelofs menjelaskan bahwa komunikasi politik merupakan pesan penting yang melibatkan politik didalamnya yang mencakup pada masalah kekuasaan dan penempatan lembaga-lembaga kekuasaan. Almond percaya bahwa komunikasi politik merupakan salah satu fungsi yang dijalankan oleh tiap-tiap sistem politik (Nasution, 2012). Dalam konteks modern, komunikasi politik menjadi saran utama bagi para aktor politik guna menjembatani kebijakan dan aspirasi rakyat, sekaligus sebagai alat dalam membentuk citra, legitimasi, hingga kekuasaan. Komunikasi politik tentunya tidak hanya mencakup isi pesan (apa yang disampaikan) saja, tetapi juga perihal siapa yang menyampaikan, kepada siapa disampaikan, melalui media apa, dan bagaimana strategi penyampaiannya. Terdapat tiga pesan dalam kegiatan komunikasi politik diantaranya ialah pembicaraan tentang kekuasaan guna mempengaruhi seseorang baik dengan memberikan janji-janji ataupun ancaman, kemudian pembicaraan pengaruh dengan tujuan pesan ini dapat mempengaruhi banyak orang, dan yang terakhir ialah pembicaraan autoritas dengan memberikan perintah dan menimbulkan rasa kepatuhan (Syarbaini et al., 2021). Dalam praktiknya, komunikasi politik digunakan untuk berbagai tujuan diantaranya ialah membangun citra diri kandidat (personal branding), menyerang lawan politik (negative campaign), menyampaikan program kerja atau dapat menciptakan krisis kepercayaan

kepada lembaga tertentu. Komunikasi politik dapat terjadi melalui berbagai saluran, seperti pidato, kampanye, media massa, media sosial, debat politik hingga pada simbol-simbol visual seperti slogan dan logo. Dalam hal ini, fakta yang paling realistis digunakan sebagai ukuran untuk keberhasilan dalam penyampaian pesan, dimana hal ini dapat meningkatkan jumlah khalayak yang menyetujui apa isi pesan yang disampaikan (Susanto, 2013). Kampanye politik sendiri merupakan suatu bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh para aktor politik dalam waktu tertentu guna memperoleh dukungan dari rakyat (Triwicaksono & Nugroho, 2022). Dalam pada konteks Pilkada 2024, pemilihan Cak Lontong sebagai Ketua Tim Sukses pasangan Pramono Anung - Rano Karno, merupakan bentuk komunikasi politik yang menarik. Dimana sosok Cak Lontong, yang dikenal sebagai komedian cerdas, digunakan tidak hanya sebagai manajer strategi kampanye, tetapi sebagai simbol komunikasi politik yang humoris, santun, dan dekat dengan kalangan masyarakat. Maka, memahami komunikasi politik merupakan suatu langkah awal yang dapat digunakan untuk mengurai dinamika hubungan antara kekuasaan, media, dan masyarakat dalam konteks kontestasi politik saat ini.

### **Politik Selebritas**

Pada era perkembangan dunia politik saat ini, terutama sejak hadirnya era digital dan informasi, dimana hal ini membuat batas antara dunia hiburan dan politik semakin kabur dalam perkembangan politik modern. Fenomena ini terjadi dikarenakan adanya partisipasi karakter dalam bidang hiburan yang dikenal sebagai politik selebritas. Adanya pemanfaatan figur publik dalam dunia politik membuat adanya snow ball effect bagi para calon dikarenakan hal ini menyebar ke seluruh lapisan masyarakat. Penggunaan selebriti sebagai politisi diartikan sebagai suatu manifestasi dalam penggunaan komunikasi yang dikemas dalam bahasa hiburan yang lebih mudah dipahami dan dicerna oleh kalangan masyarakat luas (Jati, 2014). Hadirnya kalangan selebriti dalam dunia politik bukanlah hal yang baru. Selebriti yang telah lama terlibat dalam kegiatan politik cenderung menjadi simbol dalam instrumen budaya atau propaganda. Dalam hal ini, penggunaan selebriti dalam politik dibedakan menjadi dua kategori, yaitu, celebrity endorser dan celebrity politician. John Street (2004) menerangkan bahwa celebrity politician merupakan orang-orang yang mempunyai latar belakang dalam dunia hiburan, dimana baik kandidat maupun politisi yang terpilih memanfaatkan keselebritiannya sebagai identitas dari suatu kelompok atau partai, dan adapun yang memanfaatkannya sebagai bagian untuk menarik perhatian pemilih. Kemudian, terdapat celebrity endorser yang merupakan figur publik atau selebritas yang menggunakan ketenarannya sebagai kepentingan publik dan untuk menarik iklan saja. Celebrity endorser ini cenderung hanya sebagai pendukung saja dan digunakan untuk menarik suara pemilih (Wicaksono & Aziz, 2020). Di era digital saat ini, perhatian publik merupakan hal yang sangat berharga, dimana dengan hadirnya selebritis yang memiliki modal simbolis dalam bentuk popularitas, memiliki banyak pengikut dan kemampuannya dalam menciptakan koneksi dengan para penggemarnya, membuat selebriti menjadi aktor politik yang sangat potensial dalam kampanye politik. Strategi ini tentunya tidak hanya dapat mempercepat pendistribusian informasi politik, namun juga memungkinkan personalisasi pesan politik yang lebih kuat. Dengan ini, selebriti dapat menjadi jembatan antara isu-isu politik dan kehidupan sehari-hari di masyarakat. Melalui penelitian ini, pemilihan Cak Lontong sebagai Ketua Tim Sukses yang memanfaatkan popularitasnya untuk meningkatkan daya tarik kampanye politiknya, dengan gaya komunikasinya yang santai namun tetap kritis, hal ini tentunya dianggap dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat, terutama generasi muda yang cenderung apatis terhadap isu-isu perpolitikan.

### **Kajian Penelitian Sebelumnya**

Topik tentang pentingnya komunikasi dalam tim sukses partai politik sering dibahas dalam berbagai penelitian, terutama yang berkaitan dengan pemilihan kepala daerah. Salah satu artikel pertama yang relevan berjudul “Pengaruh Komunikasi Tim Sukses Partai Politik terhadap Hasil Pemenangan Pemilihan Kepala Daerah (Studi pada Tim Sukses DPAC PDIP Kecamatan Tombulu Kabupaten Minahasa”, ditulis oleh Khalik et al. (2018). Artikel ini membahas bagaimana komunikasi yang dilakukan oleh tim sukses, khususnya dari PDIP, mempengaruhi keberhasilan pasangan calon dalam Pilkada. Dengan menggunakan teori komunikasi Harold Lasswell dan metode kuantitatif, penelitian ini menemukan bahwa komunikasi yang tepat dari tim sukses dapat meningkatkan dukungan masyarakat dan berdampak langsung pada hasil pemilihan. Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada fokusnya terhadap peran tim sukses dalam memenangkan calon kepala daerah. Namun, juga terdapat perbedaannya. Artikel ini membahas tim sukses internal partai di tingkat kecamatan, sedangkan penelitian ini lebih menyoroti bagaimana seorang publik figur, yaitu Cak Lontong yang merupakan artis komedian, dipilih sebagai ketua tim sukses pasangan calon Pramono Anung dan Rano Karno di Pilkada DKI Jakarta 2024. Penelitian ini ingin melihat lebih dalam bagaimana strategi politik melalui figur publik digunakan oleh partai untuk menarik simpati masyarakat, terutama dalam konteks pemilu di Kota besar seperti Jakarta.

Isu mengenai strategi kampanye politik yang memanfaatkan media sosial semakin penting dalam era digital saat ini. Artikel kedua yang relevan berjudul “Strategi Komunikasi Politik Tim Sukses Pemenangan Pemilu Anies-Amin dalam Membangun Dukungan Publik melalui Twitter”, ditulis oleh Mukharomah & Lenggana (2024) dari Program Studi Ilmu Komunikasi, STIA Mandala Indonesia, dan dimuat dalam Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi (JIMIK) tahun 2024. Artikel ini membahas bagaimana tim sukses pasangan Anies Baswedan – Muhaimin Iskandar menggunakan Twitter sebagai alat utama untuk membangun dukungan publik dalam Pemilu 2024. Dengan pendekatan kualitatif, peneliti menggambarkan empat strategi utama yang dilakukan oleh tim sukses, yaitu propaganda dan persuasi, penggunaan media massa, agenda setting dan framing, serta partisipasi dan interaksi publik. Salah satu temuan menarik dari artikel ini adalah munculnya gerakan organik bernama Anies Bubble yang berhasil menjangkau anak muda dan penggemar K-pop, serta program “Desak Anies” sebagai bentuk komunikasi dua arah antara kandidat dan masyarakat. Persamaan antara artikel ini dan penelitian saya terletak pada fokus terhadap peran tim sukses dalam membentuk persepsi publik serta bagaimana strategi komunikasi digunakan untuk mempengaruhi opini masyarakat. Perbedaannya terletak pada medium dan tokoh yang digunakan. Artikel karya Mukharomah dan Lenggana berfokus pada kampanye digital di media sosial Twitter oleh tokoh politik, sedangkan penelitian saya menyoroti penggunaan figur artis komedian, yaitu Cak Lontong, sebagai ketua tim sukses pasangan Pramono Anung – Rano Karno oleh PDIP di Pilkada DKI Jakarta 2024. Penelitian saya lebih mengarah pada bagaimana kehadiran figur hiburan digunakan untuk menjembatani pesan politik kepada masyarakat secara langsung dan kreatif.

Pembahasan mengenai bagaimana tim sukses merancang strategi komunikasi yang efektif dalam kampanye politik menjadi hal yang sering dikaji, terutama dalam konteks pemilihan legislatif. Selanjutnya kajian ketiga yang relevan berjudul “Strategi Komunikasi Tim Sukses pada Kampanye Politik untuk Memenangkan Calon Legislatif Kota Makassar”, ditulis oleh Emilsyah Nur dari Balai Besar Pengembangan SDM dan Penelitian Komunikasi dan Informatika Makassar, dan diterbitkan dalam Jurnal Diakom tahun 2019. Artikel ini menjelaskan strategi yang dilakukan oleh calon legislatif dan tim suksesnya dalam tiga tahap utama, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Dalam penelitiannya, Nur (2019) menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus. Ia menemukan bahwa kampanye yang berhasil dilakukan menggunakan pendekatan lokal

atau local wisdom, dan memanfaatkan strategi komunikasi yang dikenal dengan nama “Siabidibame” (Siapa, Apa, Bilamana, Dimana, Bagaimana, Mengapa), yang serupa dengan konsep 5W+1H. Persamaan antara artikel ini dan penelitian saya terletak pada pentingnya strategi komunikasi yang dirancang oleh tim sukses untuk memenangkan calon dalam pemilu. Namun, perbedaannya terletak pada konteks dan pendekatan yang digunakan. Artikel ini membahas kampanye di tingkat legislatif lokal dengan pendekatan berbasis budaya lokal masyarakat Makassar, sedangkan penelitian saya lebih fokus pada penggunaan tokoh publik dari dunia hiburan, yaitu Cak Lontong, sebagai ketua tim sukses pasangan calon Pramono Anung – Rano Karno dalam Pilkada DKI Jakarta 2024. Penelitian ini ingin memahami bagaimana kehadiran figur komedian digunakan sebagai alat komunikasi politik yang bisa menjangkau lebih luas dan membentuk citra yang kuat di tengah masyarakat urban

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, melalui studi kepustakaan dan wawancara mendalam. Penelitian kepustakaan merupakan metode yang digunakan melalui referensi buku-buku dan juga hasil penelitian terdahulu. Peneliti mengadopsi penelitian ini karena jenis ini mampu menggambarkan secara mendalam dan kontekstual atas keterlibatannya komedian Cak Lontong, sebagai ketua dari tim sukses dari Pramono Anung-Rano Karno. Dengan jenis penelitian ini diharapkan akan membantu peneliti mengeksplorasi strategi politik dari PDIP dengan melibatkan Cak Lontong sebagai ketua tim sukses dalam Pilkada 2024

## **JENIS DATA**

Penelitian ini menggunakan dua jenis data utama yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan yang relevan dengan penelitian ini. Sedangkan data sekunder dikumpulkan dari berbagai sumber pustaka seperti buku, hasil penelitian terdahulu, berita dan dokumen yang relevan, artikel ilmiah dan sumber literatur ilmiah yang relevan dengan penelitian ini. Pendekatan kualitatif ini juga nantinya memanfaatkan berbagai sumber data, baik data primer dari hasil wawancara mendalam, maupun data sekunder dari kajian literatur dan pemberitaan media massa. Kombinasi dari kedua sumber data ini digunakan dengan tujuan untuk memperkaya analisis dan memperkuat validitas temuan penelitian.

## **TEKNIK PENGUMPULAN DATA**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah hasil literatur terdahulu dari berbagai sumber dari internet, dan berita di media massa untuk mendapatkan referensi yang sesuai dengan tema penelitian. Selain itu, juga melalui hasil wawancara dengan informan sesuai dengan topik pada penelitian yang dikaji.

## **ANALISIS DATA**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan sumber data primer berupa wawancara mendalam dan data sekunder berupa literatur ilmiah dan pemberitaan media massa. Metode analisis yang digunakan adalah analisis tematik berbasis teori komunikasi politik, strategi politik, dan konsep politik selebritas. Data primer utama diperoleh dari wawancara dengan narasumber seperti Ardhana Ulfa Aziz, seorang akademisi yang memberikan sudut pandang dari manajemen politik. Dari wawancara tersebut, terungkap bahwa pemilihan Cak Lontong sebagai ketua tim sukses bukan sekadar gimmick kampanye, melainkan sebuah strategi politik yang terukur dan dirancang dengan mempertimbangkan berbagai aspek seperti kredibilitas, kapasitas persuasi, dan latar belakang intelektual tokoh. Dari segi pendekatan partai, data memperlihatkan bahwa PDIP memilih Cak Lontong dengan mempertimbangkan tiga faktor kunci:

1. Kemampuan komunikasi

Cak Lontong dikenal sebagai komedian yang cerdas dan satir, mampu menyampaikan kritik sosial dan politik dalam format yang ringan namun bermakna. Ini sangat penting di tengah kejenuhan masyarakat terhadap gaya kampanye konfrontatif. Gaya humor yang santun menjadi daya tarik yang signifikan, terutama bagi generasi muda yang apatis terhadap politik.

2. Nilai inklusivitas dan anti-polarisasi

Strategi kampanye yang ditonjolkan adalah “politik riang gembira”, yakni pendekatan kampanye yang menghindari politik identitas dan ujaran kebencian. Hal ini mengindikasikan bahwa partai mengarahkan kampanye ke arah yang lebih ramah, terbuka, dan *non-conflictual*, yang sangat relevan dengan lanskap pemilih ibu kota seperti DKI Jakarta.

3. Penguatan citra pasangan calon

Sosok Cak Lontong digunakan sebagai jembatan simbolis untuk merepresentasikan citra pasangan Pramono–Rano sebagai pemimpin yang santun, humoris, namun tetap substansial. Dalam analisis konsep politik selebritas, peran Cak Lontong bisa dikategorikan sebagai celebrity endorser dan celebrity politician karena ia tidak hanya meminjamkan ketenaran, tetapi juga memimpin strategi kampanye.

Analisis juga menunjukkan bahwa strategi ini berdampak signifikan pada elektabilitas pasangan calon. Meskipun pada awalnya Pramono–Rano berada di bawah pesaingnya Ridwan Kamil–Suswono, strategi kampanye berbasis komunikasi publik yang ringan dan edukatif berhasil meningkatkan popularitas dan akhirnya memenangkan kontestasi dengan 50,07% suara dalam satu putaran. Ini menjadi bukti kuat bahwa pendekatan non-konvensional mampu mengubah lanskap politik elektoral di wilayah urban. Aspek lain yang penting dalam analisis adalah partisipasi publik dan dampaknya terhadap demokrasi. Beberapa pengamat, seperti M. Jamiluddin Ritonga, menyatakan bahwa penggunaan figur hiburan bisa menjadi pisau bermata dua: di satu sisi meningkatkan keterlibatan publik, tetapi di sisi lain berpotensi mereduksi kedalaman diskursus politik. Namun, dalam konteks penelitian ini, Cak Lontong justru menunjukkan bahwa humor bisa menjadi media penyampaian pesan substantif jika dikemas dengan tepat. Hasil observasi lapangan dan media sosial juga menunjukkan bahwa kampanye Pramono–Rano banyak didominasi oleh interaksi yang ramah dan tidak menyinggung lawan politik. Ini memperkuat temuan bahwa kehadiran Cak Lontong berhasil mengarahkan narasi kampanye ke arah persaingan gagasan dan program, bukan konflik personal. Secara teoritis, temuan ini menguatkan konsep Harold Lasswell bahwa komunikasi politik bukan hanya soal isi pesan, tetapi juga siapa yang menyampaikan dan bagaimana ia menyampaikannya. Dalam hal ini, pemilihan Cak Lontong mencerminkan efektivitas simbol dan narator dalam proses politik. Pendekatan ini juga sesuai dengan model strategi simbolik yang dikembangkan dalam teori strategi politik modern. Analisis data dalam jurnal ini menunjukkan bahwa strategi PDIP dengan mengangkat Cak Lontong sebagai ketua tim sukses merupakan bentuk inovasi dalam kampanye politik yang mampu menghubungkan antara dunia hiburan, politik, dan pendidikan publik secara efektif. Pendekatan ini relevan untuk memperluas jangkauan pesan politik dan meningkatkan kualitas partisipasi demokratis, terutama dalam konteks perkotaan yang dinamis dan kritis.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Pertimbangan PDIP dalam Menunjuk Cak Lontong sebagai Ketua Tim Sukses**

Pemilihan Lies Hartono atau yang lebih dikenal dengan nama panggung Cak Lontong

sebagai Ketua Tim Sukses pasangan Pramono Anung–Rano Karno pada Pilkada DKI Jakarta 2024 bukanlah keputusan yang diambil secara sembarangan. Di balik sosok pelawak yang kerap memancing tawa, Cak Lontong justru dipandang sebagai figur strategis yang mampu membawa warna baru dalam strategi pemenangan pasangan calon yang diusung oleh PDIP ini. Setidaknya, terdapat beberapa pertimbangan utama yang diungkapkan oleh pihak partai maupun pasangan calon terkait alasan pengangkatan tokoh tersebut dalam struktur tim sukses. Salah satu pertimbangan utama yang disampaikan oleh juru bicara PDIP, Chico Hakim, adalah kemampuan Cak Lontong dalam menyampaikan kritik sosial melalui pendekatan humor. Menurut Chico, Cak Lontong bukan hanya sekadar pelawak yang dikenal luas di masyarakat, tetapi juga seorang intelektual yang memiliki sensitivitas sosial tinggi. “Cak Lontong itu bukan sekadar komedian. Dia seorang insinyur, budayawan, dan tokoh yang mampu menyampaikan kritik sosial serta ketidakadilan dengan gaya bahasa yang jenaka namun mengena,” jelas Chico sebagaimana dikutip dari DetikNews. Dalam konteks kampanye politik yang sering kali kaku dan penuh dengan retorika agresif, gaya komunikasi yang ringan dan penuh humor justru dinilai mampu menjangkau lebih banyak lapisan masyarakat, terutama pemilih muda. Selain itu, Chico juga menyebutkan bahwa Cak Lontong dikenal sebagai pribadi yang tidak memecah belah masyarakat. Ia dianggap bisa menjadi jembatan di tengah polarisasi politik yang masih terasa sejak Pilkada-Pilpres sebelumnya. Dalam hal ini, PDIP ingin menyampaikan pesan bahwa kampanye Pramono–Rano tidak akan mengulang kesalahan politik identitas yang memecah masyarakat Jakarta di masa lalu. “Kami ingin menghadirkan kampanye yang riang, cerdas, dan berisi, bukan kampanye penuh kebencian,” tambah Chico. Sementara itu, Pramono Anung menyampaikan alasan yang sejalan namun lebih menekankan aspek pendekatan emosional dan nilai-nilai inklusif yang ingin mereka tonjolkan dalam Pilkada kali ini. Menurut Pramono, pemilihan Cak Lontong adalah bentuk komitmen mereka untuk menghadirkan iklim politik yang menyenangkan dan menghibur, namun tetap substansial. “Kami tidak ingin kampanye kami menegangkan atau membuat masyarakat lelah. Kami ingin menghidupkan politik yang riang gembira,” ujar Pramono seperti dikutip dari Metro TV News. Bagi Pramono, kehadiran Cak Lontong bukan hanya sebagai simbol populis yang dapat meningkatkan elektabilitas, tetapi juga sebagai personifikasi dari pendekatan politik baru yang lebih bumi dan dekat dengan masyarakat. Dia menyebut bahwa karakter Cak Lontong yang ringan, bersahabat, dan punya daya tarik lintas kelompok sosial menjadi modal penting dalam membangun komunikasi politik yang efektif. Dalam hal ini, Cak Lontong dipandang sebagai sosok yang mampu meredam tensi politik, mencairkan suasana, sekaligus menyampaikan pesan-pesan kampanye dengan cara yang tidak menyinggung kelompok manapun (Metro TV, 2024). Selain aspek pendekatan, faktor personal juga menjadi pertimbangan. Pramono dan Rano mengaku memiliki hubungan yang baik dengan Cak Lontong, yang selama ini dikenal aktif dalam kegiatan sosial dan memiliki perhatian besar terhadap isu-isu publik (DetikNews, 2024). Hal ini membuat koordinasi dan kerja tim menjadi lebih mudah serta memungkinkan hadirnya komitmen penuh dari sang komedian untuk menjalankan tanggung jawab yang tidak ringan dalam Pilkada. Cak Lontong sendiri, meskipun lebih dikenal sebagai *entertainer*, memiliki latar belakang pendidikan teknik dan sering menunjukkan kepedulian terhadap isu-isu sosial dalam lawakan-lawakannya. Ia kerap menyisipkan kritik terhadap birokrasi, kemiskinan, dan ketimpangan sosial dengan cara yang halus namun tetap mengena. Keunikan ini membuat PDIP melihat potensi besar dalam dirinya sebagai figur yang bisa merepresentasikan visi dan misi pasangan calon dengan cara yang berbeda. Dengan latar belakang tersebut, pemilihan Cak Lontong sebagai Ketua Tim Sukses dinilai sebagai langkah inovatif dalam strategi kampanye yang mengedepankan pendekatan kultural dan komunikasi efektif. Dalam suasana politik yang sering kali panas dan penuh intrik, pendekatan ini dianggap sebagai angin segar yang diharapkan bisa

mengubah persepsi masyarakat terhadap proses politik itu sendiri.

Melihat dari pendekatan tersebut, pemilihan Cak Lontong sebagai Ketua Tim Sukses sangat relevan jika dikaitkan dengan konsep politik selebritas. Seperti yang dijelaskan oleh Jati (2014), penggunaan selebriti dalam politik bukanlah hal baru, tetapi kini menjadi semakin strategis dalam menyampaikan pesan politik secara ringan, personal, dan mudah dipahami. Dalam hal ini, Cak Lontong dapat dikategorikan sebagai *celebrity endorser* yang memanfaatkan ketenarannya untuk mendukung pasangan calon dan menggerakkan massa melalui pendekatan komunikasi khasnya yang jenaka namun tetap sarat makna. Menurut John Street (2004), *celebrity politician* adalah mereka yang berasal dari dunia hiburan dan memanfaatkan ketenarannya dalam panggung politik. Walaupun Cak Lontong tidak maju sebagai kandidat, ia jelas memiliki peran sebagai aktor politik simbolik yang digunakan untuk membangun citra inklusif, hangat, dan menyenangkan dari pasangan Pramono - Rano. Dalam era digital saat ini, seperti dikatakan oleh (Wicaksono & Aziz, 2020), selebritas memiliki keunggulan dalam menyebarkan pesan secara cepat dan menjangkau basis pemilih yang lebih luas, terutama generasi muda. Popularitas Cak Lontong di media sosial dan televisi juga menjadi modal simbolis yang berharga, apalagi mengingat keterlibatannya seringkali juga membawakan isu-isu sosial yang dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat. Strategi ini menandakan bahwa PDIP dan pasangan Pramono - Rano tidak hanya bertarung di tingkat program kerja, tetapi juga pada persepsi publik, dengan menggunakan figur populer sebagai wajah kampanye. Kehadiran Cak Lontong di tim sukses memungkinkan terjadinya personalisasi politik, di mana pesan-pesan kampanye dibungkus dalam humor dan cerita-cerita ringan yang *relatable*, tanpa kehilangan substansi. Dalam konteks ini, Cak Lontong menjadi jembatan antara dunia politik yang sering dianggap serius dan dunia masyarakat yang mendambakan hiburan dan keterlibatan yang lebih santai. Secara keseluruhan, pertimbangan PDIP dan pasangan calon dalam memilih Cak Lontong menunjukkan adanya pergeseran paradigma dalam strategi pemenangan politik. Dari yang sebelumnya mengandalkan tokoh-tokoh elite dan pendekatan konvensional, kini kampanye dirancang untuk lebih menghibur, menyentuh emosi, dan dekat dengan keseharian masyarakat. Untuk memperkaya analisis dalam penelitian ini, peneliti turut mewawancarai seorang akademisi, Ibu Ardhana, yang memberikan pandangan dari perspektif manajemen politik terkait penunjukan Cak Lontong sebagai Ketua Tim Sukses pasangan Pramono Anung dan Rano Karno. Menurut Ardhana, langkah ini tidak bisa serta-merta dinilai hanya sebagai *gimmick* kampanye. Ia menegaskan bahwa bahkan jika dianggap sebagai *gimmick*, hal tersebut tetap merupakan bagian dari strategi politik yang terencana. Dalam pandangannya, pemilihan Cak Lontong sangat mungkin dilatarbelakangi oleh pertimbangan internal PDI Perjuangan, khususnya oleh para elite DPD Jakarta. Ardhana menjelaskan bahwa dalam perspektif manajemen politik, penting untuk menilai figur ketua tim sukses sebagai seorang pemimpin pemenang. Mengacu pada konsep kepemimpinan politik dari Jennifer Lees-Marshment, ia menilai bahwa Cak Lontong memenuhi beberapa elemen penting, seperti kemampuan mengembangkan keterampilan, membangun kerja sama tim, dan memiliki otoritas dalam struktur partai. "Saya kira tidak mungkin PDI-P memilih dia menjadi ketua tim sukses kalau bukan bagian dari struktur partai. Jadi saya yakin dia ada dalam struktur PDI-P, sehingga masuklah kategori otoritatifnya," jelasnya. Lebih lanjut, Ardhana menyoroti kekuatan persuasi Cak Lontong sebagai seorang publik figur yang dikenal luas oleh masyarakat. Menurutnya, Cak Lontong memiliki narasi yang baik serta kemampuan komunikasi yang mumpuni, sehingga tidak sulit baginya untuk memengaruhi publik. Ia juga menambahkan bahwa latar belakang pendidikan Cak Lontong yang baik, sebagai lulusan dari Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS), menunjukkan kapasitas intelektualnya yang sering luput dari perhatian publik. "Banyak orang yang tidak tahu bahwa dia juga seorang cendekiawan, bukan hanya komedian,"

ujarnya. Dengan demikian, Ardhana menilai bahwa penunjukan Cak Lontong merupakan strategi yang tepat secara politis. Selain mampu menjangkau masyarakat luas, terutama generasi muda, ia juga dapat menjembatani pesan politik dengan gaya komunikasi yang ringan namun substansial. Ardhana menutup pandangannya dengan menekankan bahwa keputusan partai semacam ini tidak boleh dianggap sepele, sebab “ketika ada orang yang dipilih, bisa jadi itu ada alasan-alasan tertentu dari partai, bukan hanya sekedar gimmick.” Dengan demikian, seperti yang disampaikan oleh Ardhana, pemilihan Cak Lontong sebagai ketua tim sukses tidak semata-mata merupakan gimmick, melainkan bagian dari strategi manajemen politik yang terukur dan mempertimbangkan legitimasi, kapasitas persuasi, serta latar belakang intelektual yang dimiliki oleh figur tersebut.

Menurut Ardhana, melihat pemilih di Jakarta yang saat ini cenderung kritis, rasional, dan heterogen, apabila menerapkan pendekatan hanya berbasis popularitas tanpa substansi yang nyata, hal tersebut dinilai tidak cukup efektif dalam membentuk preferensi politik warga Jakarta. Oleh karena itu, keterpilihannya Cak Lontong sebagai Ketua Tim Sukses, ia dipandang memiliki keunggulan yang melebihi sekedar latar belakangnya sebagai publik figur. Kemampuan ini menjadikannya sosok yang dapat menjembatani antara dunia hiburan dan ruang diskursus publik yang lebih rasional. Dengan menerapkan strategi ini, PDIP tidak hanya berupaya menarik perhatian pemilih yang lebih responsif terhadap pendekatan emosional atau berorientasi pada hiburan, tetapi juga menjangkau pemilih rasional yang menuntut argumen dan integritas.

### **Peran dan Pengaruh Cak Lontong dalam Strategi Kampanye Pramono-Rano**

Penunjukan Cak Lontong yang dikenal luas sebagai komedian cerdas dengan gaya humor khasnya sebagai Ketua Tim Pemenangan tentunya bukanlah keputusan yang biasa. Pada umumnya, posisi strategis ini cenderung diisi oleh politisi senior atau tokoh partai yang berpengalaman dalam mengatur manuver politik. Dalam hal ini, Cak Lontong menegaskan bahwa alasan terkait dirinya menerima tugas sebagai Ketua Timses ini ialah dikarenakan sudah bersahabat serta mengenal Pramono Anung cukup lama (Detiknews, 2024). Disisi lain, keputusan ini justru menjadi bagian dari strategi besar yang diusung oleh Pramono-Rano dalam membangun citra politik yang segar, inklusif, dan jauh dari praktik politik konfrontatif yang selama ini kerap menjadi bagian dari kontestasi di Jakarta. Dalam kampanye nya kali ini Cak Lontong membawakan filosofi “politik riang gembira”. Ia menekankan pada pentingnya untuk menciptakan suasana politik yang tidak hanya ramah dan membahagiakan, namun juga edukatif dan informatif (Tempo, 2024). Melalui pendekatan ini, kampanye Pramono-Rano berupaya untuk menghindari segala bentuk kampanye yang negatif, serangan personal, maupun ujaran kebencian yang dapat berpotensi untuk memecah belah masyarakat. Tak hanya itu, Cak Lontong konsisten dalam menyampaikan bahwa timnya berfokus pada adu gagasan, program, hingga solusi konkret yang dapat diterapkan untuk permasalahan di Jakarta, dibandingkan berfokus pada upaya menjatuhkan lawan politik (Kompas, 2024). Kemudian, pada strategi kampanye Pramono-Rano juga berfokus pada membenahi permasalahan-permasalahan yang dialami oleh masyarakat-masyarakat dari bawah (Viva News & Insight, 2024). Dengan strategi tersebut diyakini dapat meredam polarisasi yang hadir di tengah masyarakat, serta menghadirkan ruang bagi para pemilih guna menilai kandidat berdasarkan kualitas dan idenya, bukan hanya sekedar dari sentimen politiknya saja. Selain itu, Cak Lontong juga aktif dalam memantau proses penghitungan suara dengan data lengkap dari saksi di TPS, guna memastikan transparansi dan keabsahan dari hasil suara.

Pengaruh Cak Lontong sebagai publik figur juga sangat terasa dalam aspek memperluas jaringan dukungan, dengan citra positif dan popularitas yang dimilikinya, Ia mampu merangkul

berbagai kalangan. Mulai dari selebritas, tokoh masyarakat, hingga relawan akar rumput. Hal seperti inilah yang memberikan keunggulan tersendiri, terutama dalam membangun solidaritas tim dan memperkuat modal sosial yang sangat dibutuhkan dalam kampanye di kota besar seperti di Jakarta. Selain itu, pengalaman Cak Lontong dalam dunia politik dapat dikatakan cukup panjang meskipun ia lebih dikenal sebagai komedian. Cak Lontong juga tampak hadir dalam mengkampanyekan pasangan dari PDIP Ganjar Pranowo-Mahfud MD pada saat Pilpres 2024 lalu. Meskipun Cak Lontong dapat dikatakan aktif dalam kampanye, namun Ia menyatakan tidak tertarik untuk terjun ke politik praktis dan lebih memilih perannya sebagai pendukung dan motivator dalam tim sukses (CNN Indonesia, 2024). Kemudian, kehadiran Cak Lontong tentunya juga memberikan dampak positif bagi citra pasangan Pramono-Rano sebagai pemimpin yang inklusif, terbuka, dan mampu dalam merangkul perbedaan. Dengan terciptanya suasana kampanye yang damai dan penuh keakraban, tentunya membuat masyarakat merasa lebih dekat dan terlibat secara emosional. Hal inilah yang menjadi modal penting dalam meningkatkan partisipasi pemilih dan mengurangi angka golput yang selama ini menjadi masalah dan tantangan besar dalam setiap pemilihan di Jakarta.

### **Dampak Keterlibatan Tokoh Hiburan dalam Politik terhadap Kualitas Demokrasi di Indonesia**

Keterlibatan tokoh hiburan seperti Cak Lontong dalam ranah politik memperlihatkan bagaimana adanya fenomena yang menarik dalam demokrasi di Indonesia. Sebagai komedian yang dikenal melalui gaya satir dan kritik sosial, posisi Cak Lontong sebagai ketua tim sukses Pramono Rano ini menunjukkan bahwa peran komedian kini tidak hanya terbatas pada ruang hiburan semata, melainkan juga menjalar ke dalam strategi komunikasi politik. Berdasarkan fenomena tersebut timbullah pertanyaan mengenai apakah hal tersebut mencerminkan semakin kaburnya batas antara dunia hiburan dan politik, dan apakah hal tersebut berdampak positif atau membahayakan kualitas demokrasi di Indonesia?. Hasil dari wawancara oleh narasumber Ardhana Ulfa Aziz menyatakan bahwa “belakangan ini melihat komedian itu malah lebih sensitif terhadap politik”. Menurutnya, Banyak yang kita lihat seperti *stand-up comedy* yang menjadi narator dalam demonstrasi yang ada untuk menjembatani antara komedian dan politik. Ardhana lanjut beranggapan bahwa “kita harus membuat kelas-kelas atau cluster-cluster di dunia hiburan seperti *stand-up comedy* yang agak berbeda dengan hiburan yang hanya sekedar bernyanyi saja”. Ardhana menekankan bahwa seni itu adalah alat untuk menyampaikan pesan apapun termasuk dengan pesan-pesan politik. Beberapa masyarakat Indonesia berada di ‘kelas’ tersebut dan membutuhkan narasi politik yang tidak terlalu berat, dengan ini hiburan dalam politik memang ada kalanya diperlukan. “Kalau menurut saya, jangan dibuat batasan antara hiburan dan politik. Politik itu masuk di mana saja dalam semua segmen, apalagi pemilik suara terbanyak ada di masyarakat kita yang berada di kelas bawah dan memang penyampaiannya harus lebih sederhana” ungkap Ardhana dalam wawancaranya. Ia mengemukakan bahwa jika pesan politik harus disampaikan lewat hiburan ataupun aktor komediannya tidak masalah, yang penting pesan yang ingin disampaikan itu sampai dan rasional.

Pemilihan posisi tim pemenangan Pramono Rano ini menjadi sorotan sejumlah pihak lantaran pentolan timses kali ini banyak diisi oleh sosok panggung hiburan daripada elite parpol (CNN, 2024). Pengamat komunikasi politik Universitas Esa Unggul, M Jamiluddin Ritonga menilai pemilihan Cak Lontong sebagai ketua tim pemenangan bisa menjadi pisau bermata dua bagi Pramono Rano, karena belum melihat bagaimana bentuk kampanye Cak Lontong nantinya. Dengan Konsekuensi itu, Jamiluddin menilai publik bisa saja tidak menganggap serius pesan politik yang disampaiannya. “Ada kesan PDIP tidak serius mengusung Pramono-Rano,

dalam menetapkan Cak Lontong sebagai ketua timses mengesankan hanya menjadikan Pilkada Jakarta sebagai dagelan” kata Jamaluddin saat dihubungi [CNNIndonesia.com](https://www.cnnindonesia.com). Namun, di sisi lain, Jamiluddin juga menilai pemilihan Cak Lontong yang memiliki *title* sebagai aktor komedian ini dalam memimpin tim pemenang akan memberikan angin segar pada gelaran Pilkada 2024, karena selama ini, ketua timses merupakan *elite* parpol atau tokoh yang tenar di kalangan politisi saja. Jamaluddin dalam CNN Indonesia (2024) mengungkapkan bahwa ia menilai strategi yang diturunkan oleh PDIP ini juga berkeinginan agar Cak Lontong menciptakan model kampanye yang serius tapi santai dan gaya tersebut biasanya banyak disukai oleh anak muda sehingga bisa saja membawa keuntungan yang besar untuk paslon tersebut. Didukung oleh “di satu sisi gaya komedian disenangi generasi milenial. Hal itu terbukti dari banyaknya audience acara *Stand Up Comedy*, yang juga melibatkan Cak Lontong sebagai Komentator atau juri,” ucapnya.

Keterlibatan aktor komedian dalam dunia politik, khususnya dalam Pilkada DKI Jakarta 2024 di Indonesia, menunjukkan hubungan hal yang menarik antara hiburan dan politik. Dengan keterlibatan Cak Lontong menjadi ketua timses Pramono Rano memperlihatkan bahwa popularitas selebriti dapat dimanfaatkan secara signifikan oleh para partai politik untuk meningkatkan perolehan suara dan mendapatkan citra public (Siswanto & Ahwan, 2024). Hal ini dapat terlihat bahwa fenomena ini memiliki dapat membawa dampak yang beragam terhadap kualitas demokrasi di Indonesia. Di satu sisi, kehadiran aktor publik yang populer dapat meningkatkan partisipasi politik masyarakat, khususnya generasi muda, menarik perhatian publik dan menyampaikan pesan kampanye dengan cara yang menarik (Siswanto & Ahwan, 2024). Di sisi lain, keterlibatan tokoh hiburan juga memiliki resiko mendorong personalisasi yang dangkal, di mana pemilih lebih terfokus pada aktor politik yang populer dibandingkan dengan gagasan atau program kerja para kandidat. Hal ini menjadikan opini masyarakat terhadap kandidat politik terbatas hanya pada hiburan semata, sehingga mengurangi kualitas politik rasional yang mendalam. Hal ini balik lagi kepada setiap individu masyarakat dalam mengambil keputusan, jika tidak diimbangi dengan edukasi politik yang baik, fenomena ini dapat membahayakan kualitas demokrasi karena menciptakan ruang politik yang lebih mementingkan citra, padahal dalam sistem demokrasi yang sehat, masyarakat semestinya berperan aktif sebagai agen perubahan yang kritis, rasional, dan berorientasi pada kemajuan bersama, tidak hanya berpusat pada panggung politik yang bersifat hiburan. Dalam konteks Cak Lontong sebagai ketua timses Pramono Rano, Ardhana mengungkapkan bahwa “jadi, tidak salah memilih Cak Lontong bisa di klarifikasi atau bisa di verifikasi ke Kader PDIP nya, karena dia yang punya pertimbangan sama dengan saya”, ia menjelaskan bahwa dengan diusungnya Cak Lontong sebagai ketua timses Pramono Anung, Cak Lontong memiliki peran yang baik dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dengan gaya komedinya, juga latar belakang pendidikan yang sangat baik yang dimiliki oleh Cak Lontong. Hal tersebut juga tidak berdampak negatif pada kualitas demokrasi di Indonesia, karena para aktor komedian juga memiliki kredibilitas dan pengetahuan terhadap politik, dan dapat dikatakan memajukan demokrasi di Indonesia, karena dengan ini banyak masyarakat akan ikut berpartisipasi dalam kontestasi politik Pilkada di Indonesia.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Pemilihan Cak Lontong sebagai Ketua Tim Sukses pasangan Pramono Anung-Rano Karno dalam Pilkada DKI Jakarta 2024 merupakan strategi politik yang tidak hanya simbolik, tetapi juga substantif. Keputusan ini mencerminkan pendekatan kampanye yang baru dan komunikatif,

dengan gaya jenaka dan santai yang mampu menarik perhatian publik, khususnya generasi muda yang cenderung skeptis terhadap politik formal. Sebagai figur publik dari dunia hiburan, Cak Lontong berhasil menjembatani ruang antara politik dan masyarakat. Pendekatannya membuka ruang diskusi politik yang lebih terbuka, menyenangkan, dan mudah diakses oleh khalayak luas. Ini menunjukkan bahwa komunikasi politik yang efektif tidak harus kaku atau serius, tetapi bisa disampaikan dalam bentuk yang lebih akrab dan emosional, selama pesan yang dibawa tetap kuat dan relevan. Namun, keberhasilan strategi ini tidak hanya ditentukan oleh sosok figur publik semata. Isi kampanye dan kekuatan pesan politik tetap menjadi kunci utama. Jika tidak diimbangi dengan substansi yang jelas, strategi ini bisa saja menggeser fokus publik dari program ke personalitas. Dalam konteks ini, PDIP mampu mengelola keduanya secara seimbang, sehingga pendekatan yang digunakan tidak hanya memperluas basis dukungan, tetapi juga meningkatkan partisipasi publik secara bermakna. Kemenangan Pramono-Rano dalam satu putaran tidak bisa dilepaskan dari peran Cak Lontong yang mampu menghidupkan semangat politik yang santun, menyenangkan, dan efektif. Strategi ini menjadi contoh bahwa sinergi antara komunikasi politik, budaya populer, dan penggunaan figur publik dapat memperkuat praktik demokrasi lokal yang partisipatif, inklusif, dan relevan dengan zaman.

### **Saran**

Pemilihan Cak Lontong sebagai Ketua Tim Sukses Pasangan Pramono-Rano dalam Pilkada 2024 menunjukkan bahwa figur publik komedian dengan latar belakang intelektual dan kemampuan komunikasi yang kuat dapat menjadi aset strategis dalam kampanye politik. Kecerdasan serta karakter jenaka menjadikannya sosok yang mampu menjembatani pesan politik secara efektif tanpa kehilangan substansi. Sarannya, partai politik lainnya diharapkan dapat menerapkan strategi komunikasi serupa, yaitu mengusung tokoh-tokoh publik yang tidak hanya populer, tetapi juga memiliki kredibilitas intelektual. Pendekatan semacam ini dinilai efektif dalam menjangkau pemilih dari berbagai kalangan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Apriliachani, D., Maula, S. D., Sasongko, R. L., Rameli, R. M., & Cahyani, A. R. (2024). Strategi Politik Inklusif: Analisa Pasangan Pram-Rano dalam Kontestasi Pilkada 2024. *Journal of Indonesian Social Studies Education*, 2(1), 26–32. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/JISSE/index>
- Azzahra, T. A. (2024, 7 September). PDIP jelaskan pertimbangan pemilihan Cak Lontong-Sarah di timses Pramono. Diakses pada 15 Mei 2025, dari: <https://news.detik.com/pilkada/d-7528951/pdip-jelaskan-pertimbangan-pemilihan-cak-lontong-sarah-di-timses-pramono>
- Arighi, M. F., Yasar, M. M. B., Falah, S. N., Ramdhan, R. M., & Septiadi, A. (2024). Peran Influencer Terhadap Pemilihan Presiden pada Pemilihan Umum Tahun 2024. *Journal of Law, Administration, and Social Science*, 4(5), 981–995.
- Barokah, F., & Hertanto. (2022). Disrupsi Politik: Peluang dan Tantangan Partai Politik Baru Jelang Pemilu 2024. *Nakhoda: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 21(1), 1–13. <https://doi.org/10.35967/njip.v21i1.273>
- CNN Indonesia. (2024, 5 September). Cak Lontong, Komedian Melek Politik Jadi Ketua Timses Pramono-Rano. Diakses pada 15 Mei 2025, dari <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20240905140931-617-1141340/cak-lontong-komedian-melek-politik-jadi-ketua-timses-pramono-rano>
- Dhani, F. W. (2019). Komunikasi Politik Berbasis Politik Identitas Dalam Kampanye Pilkada. *MetaCommunication; Journal Of Communication Studies*, 4(1), 143–157.
- Fawdi, M. I. (2024, 15 September). Cak Lontong Bicara Strategi Jadi Ketua Timses Pramono-Rano Karno. Diakses pada 15 Mei 2025, dari <https://news.detik.com/pilkada/d-7541396/cak-lontong-bicara-strategi-jadi-ketua-timses-pramono-rano-karno>
- Hamzah, A. (2013). Rencana, Pendekatan, lingkup dan Setting Penelitian. Blogspot. Diakses pada 13 April 2025, dari <https://amirhamzah010293.blogspot.com/2013/10/rencana>

[pendekatan-lingkup-dan-setting.html](#)

- Harbowo, N. (2024, 15 September). Antara Berpolitik Riang Gembira dan agar “Tak Tersesat” di Jakarta. Diakses pada 15 Mei 2025, dari [https://www.kompas.id/baca/polhuk/2024/09/15/pramono-pilih-cak-lontong-hadirkan-politik-riang-gembira-ridwan-kamil-tunjuk-ahmad-riza-patria-agar-tak-tersepat-di-jakarta?status=sukses\\_login&login=1747833899895&open\\_from=header\\_button&loc=header\\_button](https://www.kompas.id/baca/polhuk/2024/09/15/pramono-pilih-cak-lontong-hadirkan-politik-riang-gembira-ridwan-kamil-tunjuk-ahmad-riza-patria-agar-tak-tersepat-di-jakarta?status=sukses_login&login=1747833899895&open_from=header_button&loc=header_button)
- Ibrahim, A. (2024). Untung atau Buntung Pramono-Rano Gaet Cak Lontong Jadi Ketua Timses. CNN Indonesia. Diakses pada 22 Mei 2025, dari <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20240906100925-617-1141656/untung-atau-buntung-pramono-rano-gaet-cak-lontong-jadi-ketua-timses>
- Jamiluddin, Z., Priadi, R., & Thariq, M. (2023). Strategi Komunikasi Politik Partai Golkar Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat Terhadap Calon Kepala Daerah Pada Pilkada Kota Sibolga Tahun 2020. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, 7(2), 453–460. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/muqoddimah>
- Jati, W. R. (2014). Politik Selebritas: Elaborasi Teoritik Terhadap Model Kampanye Baru. *KAWISTARA*, 4(2), 177–188.
- Khalik, N. P., Rembang, M., & Tulung, L. (2018). Pengaruh Komunikasi Tim Sukses Partai Politik Terhadap Hasil Pemenangan Pemilihan Kepala Daerah (Studi Tim Sukses DPAC PDI-P Kecamatan Tombulu Kabupaten Minahasa). *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 7(4).
- Khamimiya, A. R., Fauzi, A. M., & Affandi, M. A. (2023). Keterlibatan Selebriti Sebagai Politisi: Penguatan Partai Politik atau Penggalangan Suara. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (JISIP)*, 12(2), 158–175. [www.publikasi.unitri.ac.id](http://www.publikasi.unitri.ac.id)
- Lestari, D. (2019). Pilkada DKI Jakarta 2017: Dinamika Politik Identitas di Indonesia. *SIMULACRA*, 2(1), 31–37.
- Lindawati, D. S., & Partai, S. (2013). Strategi Partai Politik Dalam Menghadapi Pemilu 2014. *Politica*, 4(2), 287–312. <http://news.okezone.com/read/2012/12/30/339/739170/redirect>,
- Milagsita, A. (2024, 30 Mei). Apa Itu Strategi Politik? Ini Pengertian, Jenis, Langkah hingga Contohnya. Diakses pada 12 Juni 2025, dari <https://www.detik.com/jogja/berita/d-7365379/apa-itu-strategi-politik-ini-pengertian-jenis-langkah-hingga-contohnya>
- Mukharomah, N., & Lenggana, W. F. (2024). Strategi Komunikasi Politik Tim Sukses Pemenangan Pemilu Anies-Amin dalam Membangun Dukungan Publik melalui Twitter. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi (JIMIK)*, 5(3), 2535–2547. <https://journal.stmiki.ac.id>
- Nasution, B. (2012). Komunikasi Politik. Diakses pada 11 Juni 2025, dari <https://www.collegesidekick.com/study-docs/5905622>
- Nefi, A. (2024, 22 September). Cak Lontong Bicara Rencana Kampanye Pramono Anung-Rano Karno. Diakses pada 15 Mei 2025, dari <https://www.tempo.co/politik/cak-lontong-bicara-rencana-kampanye-pramono-anung-rano-karno-7116>
- Nur, E. (2019). Strategi Komunikasi Tim Sukses Pada Kampanye Politik untuk Memenangkan Calon Legislatif Kota Makassar. *Jurnal Diakom*, 2(1), 120–128.
- Rahmat, A. & Ilham, R. F. (2024, 25 September). Cak Lontong Jelaskan Strategi Kampanye Pramono-Rano yang Mulai dari Bawah. Diakses pada 15 Mei 2025, dari <https://www.viva.co.id/berita/politik/1755218-cak-lontong-jelaskan-strategi-kampanye-pramono-rano-yang-mulai-dari-bawah>
- Rosana, E. (2024, 14 September). Alasan Pramono Rano pilih Cak Lontong jadi ketua timses. Diakses pada tanggal 15 Mei 2025, dari: <https://www.metrotvnews.com/read/NgxCV2oX-alasan-pramono-rano-pilih-cak-lontong-jadi-ketua-timses>
- Siswanto, A., & Ahwan, Z. (2024). Politik Hiburan Dalam Pemilu: Perolehan Suara Komeng Pada Pemilu 2024. *Al-Tsiqoh: Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam*, 9(1), 48–78. <https://doi.org/10.31538/altsiq.v9i1.5343>
- Susanto, E. H. (2013). Dinamika Komunikasi Politik Dalam Pemilihan Umum. *Jurnal Kajian*

*Komunikasi*, 1(2), 163–172.

Syarbaini, S., Nur, S. M., & Anom, E. (2021). *Teori, Media dan Strategi Komunikasi Politik*. Program Ilmu Komunikasi Esa Unggul Press.

Triwicaksono, Y. D. B. B., & Nugroho, A. (2021). Strategi Komunikasi Politik Pemenangan Kepala Daerah. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(1), 133–145.  
<https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i1.2037>

Wicaksono, M. A., & Aziz, M. S. (2020). Selebritas dalam Pemilu 2019. *Tuturlogi: Journal of Southeast Asian Communication*, 1(1), 67–78.