

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK: PROGRAM DESAK ANIES UNTUK MENINGKATKAN PARTISIPASI GENERASI MUDA DALAM PEMILIHAN PRESIDEN 2024

Tias Rahma Dewi¹, Najwa Adhwa Ramadhani², Revalyza Misbah³, Mega Arinda
Pramesella⁴, Syahdan Raga Khalif⁵, Muhammad Prakoso Aji⁶

^{1,2,3,4,6}Program Studi Ilmu Politik, ⁵Program Studi Ekonomi Pembangunan
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Indonesia
Email Korespondensi : 2310413052@mahasiswa.upnvj.ac.id

Submitted: 09-10-2024; Accepted: 21-12-2024; Published : 24-12-2024

ABSTRAK

Komunikasi politik adalah proses penyampaian pesan kepada audiens dengan tujuan mempengaruhi opini dan pengambilan keputusan dalam proses politik. Desak Anies merupakan salah satu program kampanye sekaligus menjadi strategi komunikasi politik oleh calon presiden Anies Baswedan yang dibentuk oleh gerakan anak muda yaitu Ubah Bareng. Program Desak Anies yang dilakukan oleh Anies Baswedan ini sebagai pendekatan interaktif yang melibatkan dialog langsung dengan masyarakat dan generasi muda untuk mendengarkan aspirasi dan menjawab segala permasalahan yang ada di masyarakat. Generasi muda menjadi fokus pada penelitian ini karena generasi muda dinilai mempunyai potensi besar dalam menentukan arah politik masa depan bangsa Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan melakukan pengumpulan data melalui teknik wawancara langsung dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program Desak Anies sebagai strategi komunikasi politik Anies berhasil menarik minat generasi muda untuk berpartisipasi aktif dan terlibat dalam proses pengambilan keputusan politik dengan melalui modifikasi acara dengan kesan yang santai namun serius. Penelitian ini menunjukkan bahwa program Desak Anies dapat meningkatkan keterlibatan generasi muda dalam politik, serta menjadikan konsep Desak Anies sebagai patron dan budaya baru dalam strategi komunikasi politik di masa mendatang.

Kata kunci: Desak Anies, Generasi Muda, Komunikasi Politik, Partisipasi

ABSTRACT

Political communication is the process of conveying messages to an audience to influence opinions and decision-making in the political process. Desak Anies is one of the campaign programs and also a political communication strategy by presidential candidate Anies Baswedan, formed by the youth movement called Ubah Bareng. The Desak Anies program conducted by Anies Baswedan serves as an interactive approach that involves direct dialogue with the community and the younger generation to listen to aspirations and address all the issues present in society. The youth generation is the focus of this research because they are considered to have great potential in determining the political direction of Indonesia's future. This research uses a descriptive qualitative method, collecting data through direct interviews and literature studies. The research results show that the Desak Anies program, as a political communication strategy for Anies, successfully attracted the interest of the younger generation to actively participate and engage in the political decision-making process by modifying the events to have a relaxed yet serious impression. This research shows that the Desak Anies program can increase youth engagement in politics, as well as establish the Desak Anies concept as a new patron and culture in future political communication strategies.

Keywords: Desak Anies, Youth, Political Communication, Participation

PENDAHULUAN

Pesta demokrasi merupakan ajang kontestasi yang diselenggarakan setiap 5 tahun sekali untuk memilih calon presiden dan calon wakil presiden, serta para anggota legislatif baik itu dari tingkat pusat maupun daerah (Mubarrod & Syarwi, 2024). Pada tahun 2024, di Indonesia pesta demokrasi atau yang sering dikenal dengan Pemilihan Umum ini menuai banyak sorotan dari masyarakat. Pasalnya dari mulai dari masa pendaftaran hingga hari pemilihan dilaksanakan, banyak sekali hal-hal yang menjadi perhatian publik. Salah satu tahapan yang cukup menarik perhatian publik adalah masa kampanye. Seluruh peserta pemilu berlomba-lomba untuk mencari massa pendukungnya dengan melakukan berbagai cara aksi unjuk diri dan melakukan *branding* agar masyarakat mengenal dan memilih mereka dalam pemilihan umum. Aksi unjuk diri dan *branding* ini dikenal sebagai bagian dari strategi komunikasi politik. Strategi komunikasi politik dilakukan oleh para peserta pemilu dengan berbagai cara yang berbeda-beda seperti halnya yang dilakukan oleh pasangan calon calon presiden dan wakil presiden Pemilu 2024. Dalam strategi komunikasinya para pasangan calon memiliki pola yang sama yaitu mengadakan kampanye terbuka yaitu dengan mempertemukan antara kandidat dengan masyarakat. Masing-masing dari pasangan calon presiden dan wakil presiden ini menggunakan teknik marketingnya tersendiri, seperti Paslon 01 yang menggunakan strategi kampanye dengan narasi perubahan (Wahyudi & Firdaus, 2024).

Warga negara memiliki hak dan kewajiban yang sama untuk ikut berpartisipasi politik dalam proses politik guna menciptakan masyarakat yang inklusif. Hal ini menunjukkan bahwa tidak boleh adanya keterbatasan partisipasi politik oleh faktor-faktor tertentu seperti usia, jenis kelamin, latar belakang sosial, agama, bahkan status ekonomi. Dalam hal ini, generasi Z sebagai pemegang kunci utama dalam keberhasilan di masa depan yang harus memiliki kesempatan yang luas untuk ikut ke dalam proses pengambilan keputusan (Pratama dkk, 2024).

Komisi Pemilihan Umum (KPU) melaporkan bahwa pada Pemilu 2024 didominasi oleh generasi muda yang juga merupakan pemilih pemula. KPU memaparkan bahwa proporsi 55% dari total pemilih pada

Pemilu 2024, 33,60% didominasi oleh generasi milenial dan 22,85% untuk generasi Z (Mantalean & Movanita, 2023). Partisipasi politik yang diberikan generasi muda akan membawa segelintir manfaat jangka panjang bagi masa depan bangsa dan demokrasi di Indonesia. Sikap antusias dan ketertarikan yang tinggi untuk berpartisipasi pada kegiatan politik perlu diapresiasi kepada generasi muda, di mana mereka mulai menyadari pentingnya pendidikan politik untuk masa depan bangsa.

Politik tahun ini juga kerap diwarnai oleh cara yang berbeda dari masing-masing paslon, yang uniknya dapat menjadi penetrasi dalam percakapan generasi muda untuk mendukung paslonnya masing-masing. Dapat dilihat bahwa dengan adanya dominasi dari generasi muda dapat memberikan pembahasan politik yang lebih santai dan seru. Dengan memberikan pengalaman yang diberikan kepada generasi muda, dapat membentuk pemilih muda yang terdidik, informatif, juga terlatih dalam pengambilan keputusan politik yang baik. Hal ini juga dapat memperkuat pondasi demokrasi dari Indonesia untuk menciptakan iklim yang lebih inklusif di kalangan generasi muda (LM Psikologi UGM, 2024).

Berdasarkan data Daftar Pemilih Tetap (KPU) yang telah ditetapkan KPU, jumlah pemilih dalam Pemilu 2024 didominasi oleh generasi milenial dan generasi Z. Milenial dan generasi Z yang dikenal memiliki pemikiran lebih kritis, progresif dan mulai peka terhadap isu-isu kontemporer, memiliki kesempatan untuk memberikan kontribusi signifikan dalam pengambilan keputusan politik. Pasangan Calon dan Tim Kampanye masing-masing merancang berbagai strategi komunikasi yang sesuai dengan menggunakan pendekatan yang modern dan relevan untuk menggaet generasi muda. Strategi politik yang diberikan tidak hanya berpaku pada baliho dan poster saja, para paslon mulai menerapkan pendekatan digital yang inovatif, hingga melakukan diskusi yang merangkul harapan dan aspirasi dari generasi muda (Yolency, 2024).

Orientasi politik generasi muda dapat dipengaruhi oleh media sosial sehingga para paslon mulai menerapkan kampanye yang melibatkan media digital untuk mendapat dukungan dari generasi muda (Kafka dkk, 2022). Tidak dapat dipungkiri juga bahwa generasi

muda lebih tertarik pada hiburan semata yang dapat mengubah orientasi politik mereka pada pemilihan presiden 2024. Pendekatan yang diinginkan generasi muda saat ini condong pada pemikiran yang lebih kritis terhadap isu-isu politik juga terlibat diskusi politik yang lebih aktif baik secara digital ataupun langsung tetapi dikemas dengan cara yang lebih fleksibel dan tidak formal yang dikolaborasikan dengan adanya hiburan untuk menarik partisipasi dari generasi muda.

Pendekatan yang digunakan setiap paslon berbeda, mulai dari paslon 1, Anies dan Imin, menggunakan pendekatan lebih aktif dengan cara diskusi aktif yang dikemas dengan suasana santai untuk menyerap aspirasi; paslon 2, Prabowo dan Gibran, menggunakan pendekatan yang berbasis hiburan dengan tagline “Gemoy” untuk mengajak kepada politik riang gembira; paslon 3, Ganjar dan Mahfud, menggunakan citranya menjadi sosok yang dekat dengan rakyat sehingga dinilai sebagai calon presiden yang merakyat (Mubarrod & Syarwi, 2024). Dalam hal ini, dapat dilihat strategi politik siapa yang cocok untuk menarik partisipasi politik generasi muda dengan melihat dari orientasi politik mereka.

Anies Rasyid Baswedan dan Muhaimin Iskandar atau kerap disapa Anies dan Imin, selaku pasangan nomor urut 1, memperlihatkan pendekatan bersama masyarakat yang terlihat beda dengan pasangan lainnya. Bagaimana tidak, disaat pasangan presiden dan wakil presiden lainnya sibuk kampanye dengan cara personal branding yang beragam, pasangan nomor urut 1 ini menciptakan pendekatan kampanye yang berbeda dengan fokus kepada diskusi kepada masyarakat. Anies dan Imin menggunakan cara ini untuk meraih suara dan dukungan publik dengan cara yang lebih mendalam dan inklusif. Mereka juga berupaya untuk memahami visi misi dan isi pikiran masyarakat untuk menciptakan pemilihan presiden yang lebih demokratis. Pendekatan dengan cara diskusi menunjukkan adanya komitmen mereka untuk berinteraksi secara langsung dan mendengarkan keluh kesah masyarakat untuk dijadikan bahan pertimbangan program kerja mereka nantinya. Dengan adanya diskusi terbuka, mereka memberikan kenyamanan dan menciptakan suasana ruang diskusi yang lebih terbuka dan transparan pada proses kampanye yang dijalankan. Hal ini juga

mencerminkan adanya upaya pendekatan diantara calon pemimpin mereka dengan rakyat untuk membuka ruang diskusi yang nyaman (Wahyudi & Firdaus, 2024).

Salah satu program unggulan yang dibawa Anies Baswedan sebagai calon presiden pada saat pemilihan presiden tahun 2024 kemarin adalah program “Desak Anies” yang merupakan inisiatif Anies untuk saling bertukar pikiran, visi, dan misi dengan pendukungnya yang dikemas dalam suasana yang lebih terbuka dan santai untuk mendengar langsung aspirasi dari pemilih (Wahyudi dan Firdaus dalam Fahlanda, 2023). Melalui program “Desak Anies” dapat memberikan kesempatan masyarakat untuk bertemu langsung dan tatap muka untuk memberikan pertanyaan kritis mengenai permasalahan masyarakat saat ini. Anies Baswedan juga selaku aktor utama dalam acara Desak Anies berusaha untuk memecahkan masalah dan memberikan solusi atas permasalahan yang ada di lingkungan masyarakat agar masyarakat dapat melihat bagaimana komitmen seorang Anies Baswedan untuk mendengarkan segala keluh kesah mereka.

Mengutip dari seorang Dewan Pakar Tim Nasional Pemenangan Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar, Hamdan Zoelva, mengatakan bahwa salah satu program kampanye Desak Anies yang dibentuk dan dilakukan Anies Baswedan ini merupakan upaya yang dapat dilakukan untuk mencerdaskan generasi muda agar peduli dan menyadari pendidikan politik (Wahyudi & Firdaus, 2024). Desak Anies yang dikemas secara santai, sangat merepresentasikan generasi muda yang dalam hal tersebut tidak terjerumus langsung ke dalam acara kampanye politik. Dengan adanya program Desak Anies yang dikemas melakukan diskusi, generasi muda khususnya generasi Z dapat lebih peduli akan isu-isu politik yang ada di Indonesia terutama menjelang Pemilihan Presiden tahun 2024 lalu. Hal ini memberikan pencerminan bahwa adanya komitmen dalam proses demokrasi untuk meningkatkan kesadaran dan keterlibatan generasi muda serta memberikan kesempatan kepada generasi muda untuk terlibat dalam pemilihan presiden untuk masa depan negara (Prasetyo, 2024).

Literatur yang membahas mengenai program Desak Anies sudah banyak ditemukan dalam berbagai referensi. Jurnal penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Desak Anies:

Analisis Kampanye Gaya Baru untuk Mencerdaskan Bangsa dan Membangkitkan Semangat Konstitusionalisme dalam Amanat UUD 1945” yang dilakukan oleh Wahyudi dan Firdaus, Universitas Darussalam Gontor, Ponorogo pada tahun 2024 menjadi referensi utama dalam pembuatan artikel ini. Tujuan Wahyudi dan Firdaus melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengeksplorasi konsep dari “Desak Anies” sebagai strategi kampanye yang berbeda juga menantang *status quo* dengan cara mendorong diskusi yang lebih aktif mengenai gagasan dan visi misi dari calon presiden tersebut guna meningkatkan kecerdasan bangsa dan memperkuat terhadap nilai-nilai konstitusi yang ada. Sedangkan pada artikel ini, peneliti bertujuan untuk menganalisis kampanye Desak Anies sebagai sarana dan strategi komunikasi politik Anies Baswedan dalam meningkatkan partisipasi politik generasi muda.

Kemudian, terdapat jurnal penelitian yang berjudul “Strategi Kampanye Politik Capres-Cawapres Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar di Pemilihan Presiden 2024” yang dilakukan oleh Widodo dan Almansur, Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Attaqwa pada tahun 2023 juga menjadi referensi dalam pembuatan artikel ini. Tujuan Widodo dan Almansur dalam melakukan penelitian ini ialah guna menganalisis bagaimana tim kampanye pasangan 01 atau Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar dalam memanfaatkan berbagai ruang komunikasi politik dalam meningkatkan elektabilitas mereka. Sedangkan pada artikel ini, peneliti bertujuan untuk menganalisis bagaimana efektivitas pemanfaatan media digital yang digunakan dalam kampanye Desak Anies dalam menarik partisipasi politik generasi muda dengan menyesuaikan perkembangan zaman dan teknologi masa kini.

Selanjutnya, jurnal penelitian yang berjudul “Peran Generasi Muda dalam Pendidikan Politik untuk Meningkatkan Partisipasi Politik” yang dilakukan oleh Riyanti, Luthfi dan Rohana, Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai, pada tahun 2023 yang menjadi referensi dalam pembuatan artikel ini. Tujuan Riyanti, Luthfi, dan Rohana dalam melakukan penelitian ini ialah guna membahas dampak positif yang dapat dihasilkan dari

keterlibatan aktif generasi muda dalam kegiatan partisipasi politik. Sedangkan pada artikel ini, memberikan gambaran yang lebih luas mengenai berbagai macam rangkaian kegiatan dan bagaimana meningkatkan minat partisipasi generasi muda dalam politik dan menganalisis bagaimana pendekatan interaktif melalui forum diskusi secara langsung dapat menumbuhkan keinginan masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam Pemilihan Presiden 2024. Penelitian ini sangat diperlukan guna menjadi bahan evaluasi untuk para pasangan calon presiden selanjutnya untuk terus melibatkan partisipasi aktif dari generasi muda yang dinilai penting untuk kemajuan masa depan bangsa Indonesia.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori *framing* untuk membantu menganalisis bagaimana komunikasi politik Anies Baswedan melalui program “Desak Anies” memengaruhi persepsi generasi muda terhadap partisipasi di Pemilu 2024. Penelitian ini menggunakan Teori *Framing* yang dikembangkan oleh Erving Goffman. Goffman menguraikan konsep *framing*nya dalam sebuah perangkat analisis *framing* yang tertuang dalam bukunya yang bertajuk *Frame Analysis* pada tahun 1974. Dalam buku tersebut, Goffman menjelaskan bahwa *frame* merupakan sesuatu yang dipelajari dan digunakan manusia dalam kehidupan sehari-hari serta dijadikan sebagai dasar perilaku manusia itu sendiri. Dengan memahami *frame* yang ada di masyarakat, akan mendorong seseorang untuk mampu bersosialisasi dan menyatu dengan masyarakat tersebut (Butsi, 2019). Teori *framing* lainnya juga dikemukakan oleh Robert N. Entment. Menurut Robert N. Entment, teori *framing* merupakan kerangka konseptual yang digunakan untuk menganalisis bagaimana media massa dan penggambaran tokoh politik untuk memengaruhi persepsi publik. Teori ini menekankan pada proses penyajian, konstruksi, dan komunikasi informasi yang bertujuan memengaruhi pemahaman, pandangan, serta tanggapan masyarakat, sesuai dengan kepentingan publik, kepentingan media, maupun kepentingan pihak yang memiliki kendali atas representasi tersebut (Widyaya & Setiawan, 2023). Teori *framing* dalam konteks penggambaran tokoh politik ini dapat menciptakan citra positif atau negatif yang berdampak langsung pada persepsi publik,

memengaruhi kepercayaan, dan keputusan politik masyarakat. Pada penelitian ini, teori framing ini digunakan untuk menganalisis bagaimana Anies Baswedan membentuk citra dirinya sebagai pemimpin visioner melalui program Desak Anies. *Framing* ini menggambarkan Anies Baswedan sebagai sosok yang dekat dengan generasi muda, responsif, dan menekankan sosok yang dapat memberikan solusi atas aspirasi generasi muda untuk masa depan yang lebih baik.

Setelah itu, peneliti sudah membuat rumusan permasalahan guna mempermudah peneliti mencari data dan menjawab pertanyaan penelitian yaitu (1) bagaimana program Desak Anies dapat meningkatkan partisipasi politik generasi muda dalam Pemilihan Presiden 2024?; dan (2) bagaimana keberhasilan program Desak Anies terhadap strategi komunikasi Anies Baswedan dalam Pemilihan Presiden 2024?

METODE PENELITIAN

Dasar pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dan pendekatan deskriptif karena bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana strategi komunikasi politik yang digunakan pasangan calon 01 pemilu 2024 melalui program “Desak Anies” dalam meningkatkan partisipasi generasi muda pada pemilihan umum 2024. Dengan penelitian kualitatif peneliti dapat mengeksplorasi dan menganalisis bagaimana strategi komunikasi dalam program “Desak Anies” tersebut dirancang, diterapkan, dan bagaimana dampak terhadap partisipasi generasi muda.

Nasution berpendapat, bahwa penelitian kualitatif adalah metode yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk tulisan atau ucapan, yang diperoleh dari subjek yang diamati. Pendekatan deskriptif dalam penelitian ini digunakan peneliti untuk dapat mendeskripsikan secara rinci bagaimana strategi komunikasi politik tersebut diterapkan, pesan-pesan apa yang disampaikan, dan bagaimana program tersebut mempengaruhi partisipasi generasi muda. Pendekatan deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas dan mendalam tentang fenomena yang sedang diteliti yang akan diuraikan dalam bentuk naratif tanpa adanya akumulasi angka maupun statistik.

Dalam menggunakan penelitian kualitatif, peneliti menggunakan dua sumber data yaitu sumber data primer dan sekunder sebagai landasan memperoleh data dan informasi yang akurat. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari teknik wawancara yang dilakukan peneliti. Wawancara ini dilakukan peneliti untuk mendapat informasi, data, pendapat, serta keterangan langsung dari narasumber yang bersangkutan. Peneliti telah melakukan wawancara langsung dengan Usamah Abdul Aziz, yang merupakan seorang *founder* Ubah Bareng sekaligus salah satu Tim Anies-Muhaimin juga salah satu inisiator dari program Desak Anies. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur di mana sebelumnya peneliti telah membuat rangkain pertanyaan wawancara yang disusun berdasarkan kerangka penelitian untuk menjawab rumusan masalah dan menggali lebih dalam informasi dan sudut pandang subjek penelitian. Dalam pelaksanaan wawancara langsung ini, peneliti melakukan perekaman gambar dan suara dengan perizinan narasumber yang kemudian ditranskrip menjadi data mentah. Selain menggunakan wawancara sebagai data primer, peneliti juga menggunakan sumber data sekunder untuk mendukung dan memperkuat temuan informasi dan data dari data primer. Dalam memperoleh sumber data sekunder, peneliti menggunakan data yang sudah ada dan dikumpulkan oleh pihak lain atau dari literatur yang relevan dalam bentuk artikel jurnal, skripsi, dan media sosial.

Pada tahap analisis data, peneliti mengolah data mentah dengan mereduksi data dan menyusunnya menjadi catatan data informasi yang kemudian menjadi kesimpulan untuk membantu peneliti memahami hasil data secara mendalam dan menyeluruh. Untuk memastikan validitas data pada penelitian ini, peneliti menerapkan analisis triangulasi yaitu dengan menggunakan berbagai sumber data untuk memverifikasi keakuratan informasi. Pada penelitian ini, dilakukan analisis terhadap jawaban dari narasumber yang menjadi data utama, lalu peneliti melakukan *cross-check* kebenarannya dengan menggunakan data empiris lainnya melalui data dokumen dan literatur terkait yang telah ada sebelumnya. Dalam melakukan analisis data pada penelitian ini dilakukan secara bersama oleh peneliti dengan tujuan untuk menghindari bias persepsi

individu. Dengan melakukan triangulasi antar-peneliti ini juga dapat memperkaya pemahaman mengenai data informasi yang digali dari narasumber (Rahardjo, 2010).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Kampanye Desak Anies

Desak Anies adalah salah satu program kampanye yang dibentuk oleh Tim Ubah Bareng dan dilakukan oleh Calon Presiden Nomor Urut 1, Anies Baswedan yang berfokus pada diskusi santai secara dua arah dengan berbagai kalangan yang ada di masyarakat khususnya generasi muda (Hidayah, 2024). Ubah Bareng adalah salah satu gerakan anak muda Indonesia yang menyuarakan aspirasi perubahan dalam ranah politik dengan membawa politik gagasan. Ubah Bareng dapat mendorong bagaimana cara anak muda menentukan kriteria pemimpin yang ideal dan membawa perubahan (Febrianto, 2024). Hal ini ideal dengan apa yang dibawa dan digagas oleh pasangan calon nomor urut 1, Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar dengan menggunakan narasi Perubahan. Mereka memutuskan untuk memberi simpul dukungan kepada Anies Baswedan yang menjadi calon presiden pada pemilihan umum 2024 dengan didukung Partai Nasional Demokrat, Partai Keadilan Sejahtera, juga Partai Kebangkitan Bangsa (Febrianto, 2024). Hal ini disebabkan oleh Anies yang dianggap dapat membawa politik gagasan dalam ranah politik Indonesia yang dapat mendukung dan meraih suara publik khususnya pada acara Desak Anies.

Dalam wawancara peneliti bersama narasumber yang merupakan salah satu inisiator dari acara Desak Anies, Usamah Abdul Aziz yang kerap disapa Sami memberikan penjelasan bahwa Desak Anies dibuat untuk meningkatkan kualitas demokrasi yang lebih maju dan dewasa. Tim Desak Anies juga ingin menunjukkan bahwa anak muda dapat berpartisipasi dan hadir ke dalam aktivitas dan acara politik dengan memodifikasi acara tersebut agar dapat menarik perhatian generasi muda dan mau melangkah ke kakinya datang ke dalam acara politik. Sami juga menambahkan sasaran utama dari program Desak Anies ini sendiri adalah generasi muda yang mempunyai pengaruh signifikan dalam pemilihan presiden tahun 2024 kemarin.

Program yang difasilitasi oleh komunitas anak muda pembawa perubahan,

Ubah Bareng, yang salah satunya adalah Desak Anies tidak ada hentinya membuat takjub seluruh masyarakat Indonesia. Program Desak Anies sudah dilaksanakan secara luar jaringan atau *Offline* di 22 tempat yang tersebar di berbagai penjuru Indonesia, dan tentunya setiap tempat mempunyai tema dialog masing-masing seperti Desak Anies Jakarta edisi Buruh dan Ojol juga Desak Anies Yogyakarta edisi Pendidikan dan sebagainya (Suwarko, 2024).

Usamah Abdul Aziz, Juru Bicara Timnas AMIN, dalam wawancara bersama kumparan menyebutkan bahwa acara Desak Anies ini terinspirasi pada tahun 2013, di mana saat itu bernama Mengadili Anies, juga saat itu Anies menjadi akademisi, mulai masuk ke dalam ranah politik juga mengikuti konvensi salah satu partai untuk mengikuti Pilpres 2014. Setelah melakukan pengkajian kembali, program yang terinspirasi dari Mengadili Anies dan terbentuklah Desak Anies yang dirancang oleh tim Ubah Bareng yang dinilai sebagai salah satu cara diskusi yang paling efektif untuk tokoh intelektual seperti Anies Baswedan. (Kumparan, 2024)

Program ini dilaksanakan pertama kali sejak Agustus 2023 yang digelar di Jakarta (Astuti, 2023). Dalam acara tersebut, Anies membahas isu-isu yang kerap menjadi permasalahan di masyarakat seperti permasalahan buruh, pendidikan, korupsi, kolusi, nepotisme, dan sebagainya. Desak Anies dirancang dan ditargetkan kepada generasi muda agar dapat peduli terhadap isu-isu politik, namun antusias dari masyarakat penjur Indonesia yang menyebabkan penjangkauan target yang lebih luas dalam berbagai kalangan (Prasetyo, 2024). Acara ini juga sesuai dengan tujuan yang dibawa oleh Anies ingin mencerdaskan anak muda dalam pemilihan presiden kali ini. Pesta demokrasi ini tidak hanya berisi gimik, dangdutan, nyanyi untuk mengumpulkan massa yang bersifat satu arah, acara Desak Anies ini ingin mengedukasi anak muda tentang politik, bahwa politik tidak hanya sekedar bersenang-senang tetapi juga mencerdaskan anak muda demi masa depan bangsa kita (Mahendra, 2024).

Setiap figur sebagai komunikator harus memiliki ide dan juga gagasan untuk mendapatkan perhatian dari publik (Cangara dalam Febrianto dkk, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa Anies Baswedan dan Tim

Ubah Bareng sebagai komunikator politik memiliki ide dan gagasan yang inovatif demi meraih suara dan perhatian publik. Dalam hal ini, Desak Anies adalah program inovasi baru yang menghadirkan calon presiden nomor urut 01 untuk berdialog dan berdiskusi yang di desain dengan tata letak ditengah dan melingkari masyarakat yang bertujuan menjadi pusat perhatian dan meraih atensi dari audiens yang hadir pada acara Desak Anies. Desak Anies menjadi suatu wadah kolaboratif yang dapat mengundang atensi anak muda dan meningkatkan kepercayaan untuk menciptakan perubahan bersama Anies Baswedan (Perasintya, 2024). Dalam hal ini, mereka tidak mementingkan impresi dalam membawa pergerakan perubahan, namun memberikan aksi nyata bagi kehidupan bangsa di masa depan.

Namun, program Desak Anies ini terdapat beberapa hambatan. Hal tersebut dikutip berdasarkan wawancara peneliti yang dilakukan dengan Usamah Abdul Aziz yang kerap disapa Sami sebagai salah satu inisiator program Desak Anies yaitu:

“Karena ini adalah Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar yang tidak didukung oleh kekuasaan dan lainnya, hambatan terbesar dalam program ini adalah anggaran.” (Sami, wawancara 24 September 2024)

Sami mengaku awalnya ingin membuat acara Desak Anies lebih banyak lagi yang tersebar di seluruh kota di Indonesia. Adanya kendala terkait keterbatasan anggaran sehingga membuat program Desak Anies ini hanya terlaksana sebanyak 22 kali saja (CNN Indonesia, 2024). Namun dalam pelaksanaannya, permasalahan anggaran ini dapat terselesaikan dengan adanya sumbangan masif dari para relawan yang secara sukarela untuk acara Desak Anies ini.

“Memang anggarannya terbatas, tetapi dalam pelaksanaannya karena acara Desak Anies semakin terkenal, akhirnya banyak orang yang menyumbang untuk keperluan acara kaya di Padang waktu itu, ada aja tuh yang sumbang speaker, terus mic juga. Waktu itu juga ada beberapa relawan yang sumbang air

minum untuk audiens.” (Sami, wawancara 24 September 2024)

Program Desak Anies ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan partisipasi generasi muda dalam politik, tapi juga untuk memperkuat kesiapan Anies Baswedan dalam menghadapi pertanyaan-pertanyaan kompleks yang muncul selama debat Pilpres 2024 (Fadilah, 2023). Program ini membuat Anies Baswedan lebih percaya diri dalam menyampaikan visi, misi, dan solusi atas berbagai persoalan yang dihadapi bangsa Indonesia serta membuat Anies lebih tanggap terhadap isu-isu kompleks dengan berbekal pengalaman dari program Desak Anies.

Strategi Desak Anies terhadap Partisipasi Politik Generasi Muda

Generasi muda, terutama yang lahir setelah era Reformasi 1998 tumbuh dalam situasi yang tentunya berbeda dari generasi sebelumnya. Mereka yang cenderung lebih akrab dengan sistem pemerintahan demokrasi yang mencakup aspek kebebasan berbicara, dan akses informasi yang lebih luas melalui teknologi digital yang sudah semakin canggih (Chomsah, 2024). Meskipun begitu, dalam hal ini generasi muda memiliki potensi yang cukup besar dalam memberikan pengaruh di zaman kini. Disisi lain, partisipasi politik generasi muda di Indonesia sering kali dianggap rendah. Hal ini mencakup pada rendahnya minat generasi muda untuk terlibat dalam kegiatan politik formal serta adanya keterbatasan akses sehingga dalam hal ini banyak anak muda yang merasa bahwa politik merupakan sesuatu yang jauh dari kehidupan mereka sehari-hari (Telaumbanua, 2023).

Merujuk pada postingan akun Instagram @aniesbaswedan. Dalam hal ini Anies Baswedan tampaknya melihat adanya fenomena ini sebagai sebuah kesempatan. Beliau memposisikan dirinya sebagai publik figur politik yang dapat mendekati generasi muda melalui gagasan-gagasan yang lebih baru, dan relevan dengan kehidupan generasi muda pada saat ini. Menyadari bahwa generasi muda cenderung mencari pemimpin yang dapat berkomunikasi secara langsung, serta mewakili aspirasi mereka, Anies sendiri berusaha untuk menggunakan pendekatan yang lebih dekat dengan gaya hidup, nilai-nilai, dan pemikiran

generasi muda ini (Sajida dkk, 2024). Fokus pada partisipasi politik generasi muda merupakan salah satu pendekatan penting dalam dinamika politik modern, mengingat adanya potensi besar yang dimiliki oleh generasi muda ini dalam mempengaruhi hasil pemilu dan bentuk-bentuk kebijakan di masa yang akan mendatang (Khakim, 2023). Hal ini merujuk pada jumlah generasi muda yang cukup banyak serta perubahan pola pikir dan aspirasi yang semakin berbeda dari generasi sebelumnya.

Program Desak Anies tidak hanya bertujuan untuk mendorong partisipasi politik anak muda dalam Pilpres 2024, tetapi juga untuk meningkatkan kesadaran dan keterlibatan generasi muda dalam pengambilan keputusan politik secara keseluruhan. Dalam hal ini terdapat salah satu aspek penting dari program Desak Anies ialah kampanye pendidikan politik yang inklusif untuk anak muda, baik melalui lembaga pendidikan formal maupun non-formal. Melalui program Desak Anies yang cenderung diadakan melalui lokakarya, seminar, dan membuka iklim diskusi publik secara langsung serta pemanfaatan media digital dan teknologi, membuat generasi muda dapat merasa lebih seru dan tertarik untuk berpartisipasi dalam politik (Sidik, 2024). Tak hanya itu, program Desak Anies memberikan tujuan pada generasi muda agar dapat mengetahui informasi mengenai politik secara langsung, bukan hanya sekedar mendengar dari kata orang lain, atau dari hoaks-hoaks yang beredar.

Usamah Abdul Aziz, merupakan pelopor dari terciptanya program Desak Anies mengatakan bahwa program ini juga dirancang untuk memberikan pemahaman dan gambaran yang jelas serta transparan mengenai salah satu sosok atau calon presiden pada saat itu. Dikarenakan dalam hal ini, Desak Anies ingin mendorong adanya sistem demokrasi yang lebih maju. Dengan terciptanya program Desak Anies yang bertujuan untuk menantang Anies dalam menjawab segala macam permasalahan yang ada, dan menjelaskan program-program kerja yang akan dijalani kedepannya ketika menjadi calon presiden (Basyari, 2023). Program Desak Anies juga mengharapkan partisipasi anak muda untuk terlibat dalam aktivitas atau pun *event-event* politik, yang mungkin sebelumnya para generasi muda kurang tertarik. Dengan ini, program Desak Anies dimodifikasi agar anak

muda dapat lebih nyaman dalam melangkahkan kakinya untuk hadir datang ke acara-acara politik.

Forum dialog ini juga dirancang agar memperkuat rasa memiliki di antara generasi muda terhadap proses politik, dengan harapan mereka akan merasa lebih tanggung jawab untuk ikut serta dalam proses pengambilan keputusan politik. Dalam forum-forum ini, Anies berupaya untuk mendengarkan aspirasi generasi muda serta memberikan pandangannya tentang bagaimana anak muda bisa berperan aktif dalam membangun masa depan Indonesia (Basyari, 2023). Forum semacam ini bukan hanya sebagai sarana kampanye, namun juga untuk mendekatkan diri secara personal kepada generasi muda, memberikan ruang untuk berdiskusi dan merasa didengar. Dalam berbagai kesempatan, menekankan bahwa partisipasi politik bukan hanya soal memberi suara, namun juga mengenai upaya terlibat dalam mempengaruhi kebijakan dan menjalankan peran sebagai warga negara yang aktif (Nurhasidah, 2023).

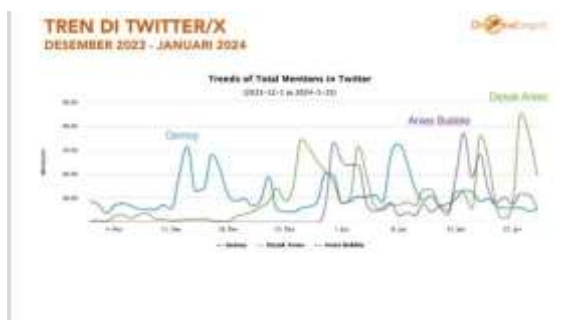
Retorika dan narasi politik Anies juga disesuaikan minat serta fokus dari perhatian generasi muda. Beliau sering kali mengangkat isu-isu seperti, perubahan iklim, ekonomi kreatif, kesetaraan sosial, serta inovasi teknologi, yang relevan dengan kehidupan generasi muda. Dengan narasi ini dapat mendorong generasi muda untuk berpikir bahwa politik bukan hanya soal kekuasaan, tetapi juga soal solusi untuk masalah-masalah yang akan mereka hadapi di masa depan. Dengan diadakannya diskusi publik, generasi muda dapat menanyakan berbagai pertanyaan mengenai dunia politik.

Maka dari itu, program Desak Anies ini dapat menciptakan peluang bagi generasi muda untuk tidak hanya menjadi konsumen dalam informasi politik, namun juga dapat menjadi produsen ide dan solusi. Dengan memberikan platform bagi anak muda untuk berbicara, Desak Anies mendorong keterlibatan yang lebih substantif dan memungkinkan generasi muda untuk merasa bahwa suara mereka benar-benar diperhitungkan dalam sebuah proses politik (Lingga, 2023).

Salah satu elemen kunci dari Desak Anies terhadap partisipasi politik generasi muda adalah penggunaan platform digital dan media

sosial. Anies dan tim kampanyenya secara aktif memanfaatkan media sosial dalam menjangkau pemilih muda. Lewat Instagram, Twitter, YouTube dan platform lainnya, beliau seringkali memberikan pandangan, ide, serta pencapaiannya (Luthfie dkk, 2024). Melalui media ini juga, Anies mampu menciptakan komunikasi dua arah, dimana anak muda dapat berinteraksi langsung dengannya melalui komentar atau pesan. Strategi ini sangat efektif dikarenakan generasi muda cenderung mengkonsumsi informasi politik melalui platform digital dibandingkan media tradisional seperti koran atau televisi.

Pemanfaatan media sosial dalam strategi komunikasi dan kampanye politik adalah hal yang wajib untuk dilakukan. Media sosial dapat memberikan kualifikasi terhadap kandidat, pesan dalam sebuah kampanye hingga pemilahan isu-isu yang beragam. Dalam hal ini, Twitter menjadi fokus utama dalam strategi Anies Baswedan dalam acara Desak Anies untuk memberikan pesan politiknya. Dikutip dari penelitian DroneEmprit yang melakukan analisis secara mendalam mengenai tren total mentions di Twitter.



Gambar 1. Grafik Trends of Total Mentions in Twitter Desember 2023 - Januari 2024
dilansir dari DroneEmprit

(Sumber: Twitter/ @UbahBareng. (2024, September 16). Nostalgia Desak Anies [Twitter/X post].
<https://x.com/UbahBareng/status/1835568916413952429>)

Perkembangan tren Gemoy, Anies Bubble, dan Desak Anies yang menjadi bahan pembicaraan di khalayak publik khususnya di Twitter. Tren ini menjelang akhir kampanye menunjukkan dinamika yang menarik. Pasalnya, tren Gemoy yang awalnya naik menjadi turun di akhir masa kampanye terhitung sejak Desember 2023 hingga Januari 2024. Namun sebaliknya, tren Desak Anies kian melonjak tinggi sebesar

45 ribu total *mention* di Twitter yang melebihi tren Gemoy sekitar 31 ribu total *mention*. Hal ini divalidasi oleh juru bicara Timnas AMIN, Billy, bahwa pertumbuhan tren ini sangat signifikan sehingga membentuk momentum yang tumbuh secara organik (Hakim, 2024). Peningkatan drastis dari program Desak Anies menunjukkan bahwa program ini dapat dikatakan berhasil untuk menarik perhatian dan partisipasi politik publik sehingga menciptakan gelombang yang besar di media sosial. Menurut Ismail Fahmi selaku pendiri Drone Emprit, memang penyebaran di Twitter terkait Desak Anies sangat masif sehingga strategi ini cukup efektif untuk meraih simpati generasi muda (Sarah, 2023). Faktor-faktor dalam program Desak Anies seperti konten yang menarik, partisipasi langsung oleh Anies Baswedan yang juga sebagai strategi komunikasinya serta adanya relevansi isu-isu yang dibahas dapat memperkuat program Desak Anies sebagai salah satu program yang paling diperbincangkan menjelang pemilihan umum tahun 2024 (Wahyudi & Firdaus, 2024).

Dalam wawancara peneliti bersama narasumber yang kerap disapa Sami memberikan penjelasannya, bagaimana acara Desak Anies dapat menarik partisipasi politik generasi muda. Sami menyebutkan bahwa acara Desak Anies ini dimodifikasi berbeda dengan acara diskusi dan dialog biasanya. Modifikasi pertama yang telah diadopsi oleh acara Desak Anies sendiri adalah larangan untuk mempergunakan atribut kampanye seperti atribut partai dan atribut relawan. Hal ini dapat memberikan ketertarikan kepada generasi muda agar mereka tidak secara langsung menjadi bagian dari acara politik.

“Karena gen Z ini biasanya kan mau datang ke acara politik cuma tidak mau (misalnya) menjadi bagian dari kader partai atau tidak mau dianggap sebagai tim suksesnya disana.” (Sami, wawancara 24 September 2024)

Sami menganggap bahwa generasi muda ini adalah generasi yang sensitif. Generasi yang dikenal memiliki kepekaan yang tinggi terhadap isu-isu politik, sosial, lingkungan dan masyarakat sehingga membuat mereka berpartisipasi aktif dalam kegiatan politik tanpa harus terikat terhadap sesuatu. Maka dari itu, tim

Desak Anies merancang secara khusus untuk membuat generasi muda ikut berpartisipasi aktif dalam diskusi yang diadakan oleh Desak Anies dengan cara menjauhkan hal-hal yang berbau kampanye ke luar dari acara tersebut. Memang pada dasarnya, Anies mengaku lebih menyukai berdialog melalui Desak Anies, karenanya tim Desak Anies tidak memperbolehkan untuk memasang alat peraga kampanye ketika acara berlangsung (Tempo, 2024). Tim Desak Anies juga berupaya membuat kondisi yang nyaman dan aman sehingga generasi muda bisa hadir tanpa adanya gangguan.

Sami juga menambahkan bahwa generasi muda ini perlu untuk ditanamkan pemahaman yang mendalam mengenai edukasi politik. Partisipasi generasi muda dalam kegiatan seperti seminar, pelatihan kepemimpinan, dan kampanye sosial akan memperluas pemahaman mereka tentang isu-isu politik dan meningkatkan keterlibatan dalam masyarakat (Riyanti dkk, 2023). Keterlibatan generasi muda dalam acara Desak Anies memiliki manfaat yang jelas, selain memberikan edukasi yang mendalam mengenai politik juga dapat memberikan kesadaran yang mendalam mengenai isu-isu yang berada di masyarakat.

Selain itu, Sami menambahkan adanya modifikasi kedua yang dilakukan oleh Tim Desak Anies sebagai upaya menarik partisipasi generasi muda adalah pembawaan acara Desak Anies yang terkesan santai sehingga dinilai tidak seperti acara politik pada umumnya. Sami menambahkan bahwa dalam acaranya, Desak Anies kerap memberikan kejutan seperti mengundang moderator dari seorang komika sehingga dapat menciptakan suasana yang menggembirakan. Selain itu, pada beberapa acara Desak Anies seperti di Semarang dan Surabaya juga menambahkan seperti konser musik dengan mengundang penyanyi seperti Rhoma Irama dan Soneta Group pada Desak Anies edisi Buruh dan Ojol. Sami dalam wawancara bersama peneliti juga menambahkan,

“Sehingga ini bukan hanya sekedar acara politik tetapi bisa jadi konser juga stand up comedy show dan juga menjadi acara yang mencerdaskan dalam satu waktu.” (Sami, wawancara 24 September 2024)

Dari pernyataan yang telah diberikan Sami, menunjukkan bahwa Desak Anies memang dirancang dan sasarannya kepada generasi muda yang terkesan santai namun serius. Desak Anies tidak hanya menawarkan diskusi dan dialog secara terbuka dengan generasi muda dan masyarakat tetapi juga menawarkan elemen hiburan sebagai bentuk apresiasi kepada masyarakat yang telah hadir karena Gaeandra, selaku tim Desak Anies sangat tahu betul konsep yang diminati anak muda (Kumparan, 2023). Selain itu, Desak Anies secara efektif dapat menarik generasi muda yang cenderung menyukai acara yang informatif namun dikemas dengan cara yang lebih menarik dan interaktif sehingga dapat memperoleh pengetahuan baru namun tetap menghibur.

Program Desak Anies juga berfokus pada upaya mendorong kepemimpinan anak muda dalam politik, baik melalui partai politik maupun gerakan masyarakat sipil. Beliau melihat bahwa untuk meningkatkan keterwakilan generasi muda dalam politik, anak muda perlu diberikan lebih banyak ruang untuk mengambil peran kepemimpinan. Melalui program-program pelatihan kepemimpinan dan mentoring, Anies berharap dapat membangun kapasitas generasi muda dalam menjadi pemimpin di masa depan. Dengan ini, menunjukkan bahwa dengan lebih banyak anak muda yang turun dan terlibat dalam politik, Indonesia akan memiliki politik yang lebih dinamis, inklusif, dan adaptif terhadap perubahan zaman.

Keberhasilan Program Desak Anies terhadap Strategi Komunikasi Politik Anies Baswedan

Program Desak Anies merupakan salah satu strategi dalam komunikasi politik yang diterapkan oleh Anies Baswedan dalam upaya untuk meningkatkan keterlibatan generasi muda dalam pemilu presiden 2024. Program ini tidak hanya diciptakan untuk mengumpulkan dukungan suara, tetapi juga untuk menciptakan ruang diskusi dan dialog langsung dengan masyarakat dengan menggunakan metode “jemput bola” atau mengunjungi masyarakat secara langsung (Saputri, 2024). Efektivitas merupakan sebuah tolak ukur yang dijadikan landasan sebagai keberhasilan dari suatu kegiatan. Efektivitas program ini dapat dilihat

dari beberapa aspek, seperti keterlibatan publik, penggunaan media sosial, dan juga citra dalam komunikasi politik yang dibangun oleh Anies Baswedan.

Efektivitas program Desak Anies dalam mendorong komunikasi politik Anies Baswedan ini juga sangat terlihat dalam penggunaan media sosial sebagai salah satu alat untuk menjangkau khalayak yang lebih luas sehingga berperan untuk meningkatkan partisipasi dari generasi muda (Luthfie dkk, 2024). Media Sosial seperti Instagram, Twitter dan khususnya khususnya YouTube memberikan sarana yang memberikan ruang untuk menyebarkan program Desak Anies kepada masyarakat agar pesan politik Anies Baswedan dapat tersampaikan. Generasi muda merupakan generasi paling aktif di platform digital, hal ini menjadikan Anies Baswedan untuk menargetkan generasi muda agar dapat ikut serta dalam program yang diusung. Program ini ditayangkan pada saluran YouTube, hal ini bertujuan agar semua masyarakat Indonesia terlebih lagi generasi yang sangat mengerti terhadap platform digital yaitu generasi muda dapat melihat program tersebut dan juga menarik perhatian dari kalangan generasi lain terhadap program yang diusung oleh Anies ini (Suwarko, 2024). Hal ini juga bertujuan untuk meningkatkan personal *branding* Anies Baswedan sebagai seorang pemimpin yang merakyat dan juga terbuka dalam isu-isu terkini. Penggunaan *branding* yang konsisten dapat memberikan peningkatan terhadap daya tarik pemilih sehingga mereka merasa tertarik dengan nilai-nilai yang diusung (Hidayati, 2024). Dengan mengintegrasikan media sosial dalam program Desak Anies hal ini berhasil menarik perhatian pemilih muda untuk ikut berkontribusi dalam program tersebut.

Berdasarkan wawancara langsung dengan Usamah Abdul Aziz, yang merupakan seorang *Founder* Ubah Bareng sekaligus Tim Sukses Anies-Muhaimin, ia menjelaskan bahwa program ini telah efektif dan berhasil untuk membawa partisipasi generasi muda, dengan komunikasi politik yang dijalankan oleh Anies Baswedan, hal ini terlihat dengan peningkatan jumlah pendukung Anies dalam program Desak Anies di setiap daerah yang didatangi.

Menurut pernyataan Sami, program Desak Anies sangat efektif sebagai strategi komunikasi politik. Setiap acara Desak Anies yang dilakukan di kota-kota menghadirkan tema

spesifik dan relevan dengan isu-isu yang dihadapi oleh masyarakat seperti tema nelayan, petani, buruh, dan berbagai isu menarik lainnya yang disesuaikan di masing-masing lokasi acara. Dalam program ini, Anies ditantang untuk dapat mampu menjawab berbagai pertanyaan dan isu yang dihadapi masyarakat.

“Petani waktu itu kita ditengah sawah di Gorontalo, nelayan kita ditengah tengah tempat nelayan menaruh perahu, di pesisir Pantai di Banyuwangi. Terus di Samarinda kita dipinggir Sungai tempat tongkang batu bara berlalu lalang untuk menggambarkan bahwa Kalimantan, Samarinda ini adalah pusatnya batu bara dan bagaimana kehidupan kelestarian alam disana dan memang banyak sekali tematik tematik yang kita akhirnya lakukan dan video-video dan cuplikan itu bisa menjawab segala macam permasalahan. Kayak kemarin contoh Presiden lagi jual pasir ya, nah Pak Anies pernah jawab permasalahan itu waktu di Banyuwangi soal petani yang resah bahwa ada penambangan pasir dan eksploitasi pasir ke luar negeri. Ada juga tematik soal perempuan, ada juga tematik soal pekerja, ojol dan buruh, yang akhirnya semua isu-isu itu terbahas dan siapa yang mau bertanya.” (Sami, wawancara 24 September 2024)

Program Desak Anies ini berpotensi mengubah persepsi generasi muda yang mungkin awalnya apatis atau tidak tertarik dengan politik menjadi lebih antusias terlibat dalam partisipasi politik, pasalnya program Desak Anies ini sudah menjadi acara yang dinanti-nanti di setiap kota. Sami menyatakan bahwa dari kolom komentar di media sosial, terutama di postingan akun Ubah Bareng terlihat bahwa acara tersebut mendapat tanggapan yang sangat positif. Lalu antusiasme generasi muda sangat tinggi, dalam mengikuti acara Desak Anies ini terlihat dari pengorbanan mereka yang rela untuk berdesakan dan menunggu berjam-jam sebelum acara dimulai (Septiana, 2024), *“kayak nonton konser Korea,”* ujar Sami. Fenomena ini menunjukkan bahwa minat generasi muda terhadap acara politik semakin meningkat.

Dalam hal ini, dapat dikaitkan dengan teori komunikasi politik yang relevan terhadap program Desak Anies juga terdapat pada teori Framing yang dikemukakan oleh Erving Goffman pada tahun 1974 yang merupakan kembangan teori dari Beterson pada 1955 (Widjaya dkk, 2023). Dalam bukunya yaitu *Frame Analysis*, Goffman menjelaskan bahwa *frame* merupakan sesuatu yang dipelajari dan digunakan manusia dalam kehidupan sehari-hari serta dijadikan sebagai dasar perilaku manusia itu sendiri. Dengan memahami *frame* yang ada di masyarakat, akan mendorong seseorang untuk mampu bersosialisasi dan menyatu dengan masyarakat tersebut (Butsi, 2019). Dalam hal ini, *frame* merujuk pada struktur konseptual, wadah, dan perangkat untuk melanggengkan kepercayaan dalam konteks pandangan politik sehingga dapat menyediakan kategori-kategori yang standar untuk mengapresiasi realitas (Eriyanto, 2011). *Framing* juga merupakan sebuah pendekatan untuk melihat pandangan realitas dapat dibentuk dan dikonstruksi melalui media sehingga khalayak dapat menerima dan mengingat aspek-aspek yang sudah disajikan (Utami, 2018). Penggunaan *frame* dalam teori framing, yang dalam penelitian ini merujuk pada program Desak Anies, di mana sebagai wadah bagi masyarakat untuk melihat pandangan politiknya sehingga dapat menciptakan sebuah pandangan baru terhadap salah satu aktor politik. Desak Anies juga merupakan sebuah pendekatan politik yang dipakai sebagai sarana kampanye Anies Baswedan untuk dapat menarik dan mengubah persepsi khalayak yang lebih luas khususnya generasi muda sehingga dapat mempengaruhi suara mereka dalam pemilihan umum 2024. Hal ini sejalan dengan teori *framing* yang dikemukakan oleh Robert N. Entment. Menurut Robert N. Entment, teori *framing* merupakan kerangka konseptual yang digunakan untuk menganalisis bagaimana media massa dan penggambaran tokoh politik memengaruhi persepsi publik (Widyaya & Setiawan, 2023). Dengan menggunakan teori ini, dapat melihat strategi komunikasi politik Anies Baswedan melalui program Desak Anies ini sebagai bentuk upaya penyampaian narasi, pesan, dan solusi sistematis untuk memengaruhi persepsi publik. Desak Anies membentuk sebuah realitas baru di mana menyajikan topik-topik yang cenderung penting bagi masyarakat sehingga mendorong

citra positif bagi Anies sebagai pemimpin yang responsif, inklusif, dan peduli terhadap rakyat. Hal ini juga didukung oleh teori *framing* bahwa khalayak dapat menerima dan mengingat aspek-aspek yang sudah disajikan (Utami, 2018). Dengan program Desak Anies ini, dapat memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk berpartisipasi langsung dengan cara tanya jawab langsung oleh Anies Baswedan sendiri, hal ini menjadikan Anies dianggap berhasil dalam membangun citra sebagai sosok yang peduli terhadap aspirasi masyarakat. Framing ini bertujuan menciptakan hubungan emosional antara Anies dan generasi muda untuk meningkatkan partisipasi mereka dalam Pemilu 2024. Upaya ini dilakukan dengan pendekatan tradisional yang bersifat *top-down* dengan mencontohkan nilai-nilai inklusivitas terhadap partisipasi masyarakat khususnya generasi muda (Maspul, 2024). Pendekatan yang dijalankan oleh Anies dianggap efektif dalam menarik simpati publik, terutama generasi muda yang sangat cenderung menginginkan transparansi dan partisipasi langsung dalam proses politik.

Dalam program Desak Anies ini, telah membuktikan bahwa Anies Baswedan dapat membawa perubahan terhadap fans *boyband* dari Korea Selatan atau *Kpopers* dalam strategi komunikasi politik yang telah dibawakannya melalui akun Aniesbubble. Pada Awalnya fans tersebut hanya fanatik terhadap *boyband* dan tidak tertarik dengan isu-isu politik yang berkembang di Indonesia. Setelah adanya program Desak Anies, hal ini membawa masyarakat atau generasi muda menjadi tertarik dalam isu-isu yang berkembang di Indonesia. Para partisipasi muda *Kpopers* ini juga membuat sebuah akun X bernama Aniesbubble yang dikembangkan untuk mendukung Anies Baswedan sebagai calon presiden (Setiawanty, 2024). Hal ini membuktikan program yang diusung bahwa Anies Baswedan telah efektif dalam membawa perubahan kepada masyarakat menjadi lebih baik lagi.

Komunikasi politik Anies Baswedan telah berhasil menembus lingkaran komunitas *Kpop*. Hal ini memungkinkan bahwa pesan politik Anies Baswedan menjadi lebih mudah diterima oleh kelompok ini. Kelompok *Kpopers* yang awalnya tidak tertarik dengan politik, kini mulai menyuarakan, menggerakkan, dan menunjukkan dukungan yang lebih aktif.

Berbagai dukungan dilakukan kelompok ini, salah satunya adalah dengan menggalang dukungan dana untuk kampanye Anies Baswedan salah satunya adalah pengiriman food truck di acara Desak Anies (Setiawanty, 2024). Menurut pernyataan Sami, para penggemar Kpop tersebut memberikan dukungan kepada Anies-Imin dengan menggalang dana. Penggalangan dana tersebut berhasil diwujudkan dengan pembuatan videotron, yang dimana inisiatif tersebut tidak pernah terpikirkan oleh tim kampanye Anies-Imin. Kpopers melihat peluang untuk memperkenalkan Anies dan Imin kepada khalayak yang lebih luas melalui videotron yang dipasang di lokasi-lokasi strategis (Hamida, 2024). Hal ini memberikan dampak positif baik bagi Anies dan Imin karena dengan ini, generasi muda dikalangan Kpopers merasa penasaran terhadap program kerja Anies sehingga mereka berusaha untuk mengikuti kegiatan Desak Anies agar dapat mencari lebih dalam terkait Anies Baswedan.

“Ketika ulang tahun pak Anies, penggemar kpop tersebut memasang videotron di sembilan puluh tiga stasiun kereta di Pulau Jawa, satu stasiun itu kalau tidak salah harganya sekitar 1,3 juta, jadi kalau dikali sembilan puluh tiga, ya sekitar 100 juta lebih, dan itu menjadi sebuah fenomena baru.” (Sami, wawancara 24 September 2024)

Dalam wawancara Sami menyebutkan, bahwa kesuksesan program Desak Anies ini terlihat ketika konsep diskusi terbuka Desak Anies diadopsi oleh pihak lain. Beberapa kegiatan politik yang dilakukan oleh para pasangan calon lain menggunakan pendekatan yang serupa sebagaimana dengan Desak Anies. Program ini telah menjadi patron dan budaya baru dalam kampanye politik, dimana dalam kegiatan ini menjadi kegiatan politik yang lebih interaktif dan mendekatkan calon dengan masyarakat luas. Program ini memberikan manfaat yang besar terhadap masyarakat sebagai pemilih karena masyarakat dapat mengetahui lebih dalam dan mendapat gambaran yang jelas tentang sosok calon yang akan mereka pilih melalui kegiatan yang melibatkan masyarakat langsung.

“Kami menilai kami sangat senang kalau Desak Anies ini bisa ditiru. DKI Jakarta kelihatan ada calon yang membuat kegiatan yang mirip dengan Desak Anies. Nah itu akhirnya menjadi tolak ukur bagi kami atas keberhasilan dari Desak Anies itu sendiri yang bisa mewarnai dan merubah budaya politik Indonesia.” (Sami, wawancara 24 September 2024)

SIMPULAN

Program Desak Anies merupakan strategi komunikasi politik yang efektif untuk menarik partisipasi generasi muda dalam kampanye politik Anies Baswedan. Program yang difasilitasi oleh Ubah Bareng ini, mengadopsi pendekatan komunikasi politik yang santai dan tidak formal, sehingga menciptakan ruang diskusi yang inklusif dan interaktif, menjauhkan kesan terlalu politik, sehingga dapat menarik minat generasi muda yang cenderung apatis terhadap politik. Dengan melarang penggunaan atribut kampanye saat acara berlangsung dan mencampurkan elemen hiburan seperti mini konser dan moderator komika, Desak Anies berhasil memperkuat partisipasi generasi muda.

Keberhasilan program Desak Anies ini dilatarbelakangi dengan adanya partisipasi dari generasi muda yang ikut andil mensukseskan acara ini. Dengan adanya partisipasi dari generasi muda, memungkinkan berhasilnya strategi komunikasi dari Desak Anies. Dalam hal ini, Desak Anies menjadi acuan bagi masyarakat untuk menerima informasi dari publik sehingga masyarakat khususnya generasi muda dapat terpengaruh oleh gagasan-gagasan yang dikeluarkan oleh Anies Baswedan selama Desak Anies berlangsung. Teori *Framing* juga berkaitan dengan keberhasilan dari program Desak Anies. Teori *Framing* menekankan isu-isu yang disajikan dalam suatu tempat dapat mempengaruhi persepsi publik. Desak Anies menyajikan isu-isu terkait permasalahan masyarakat Indonesia dan mencoba menguji Anies Baswedan untuk menjawab permasalahan tersebut. Dengan jawaban-jawaban yang diberikan oleh Anies mengenai permasalahan masyarakat dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap Anies Baswedan dan dapat memberikan citra juga *branding* politik yang baik dihadapan masyarakat luas khususnya

Strategi Komunikasi Politik: Program Desak Anies Untuk Meningkatkan Partisipasi Generasi Muda Dalam Pemilihan Presiden 2024
(Tias Rahma Dewi, Najwa Adhwa Ramadhani, Revalyza Misbah, Mega Arinda Pramesella, Syahdan Raga Khalif, Muhammad Prakoso Aji)

generasi muda yang mempunyai peran penting dalam pemilihan presiden 2024 lalu.

Berbagai media sosial seperti Twitter atau X juga Instagram dimanfaatkan untuk menarik partisipasi generasi muda. Dalam hal ini, program Desak Anies lebih dapat diperluas jangkauannya sehingga menciptakan komunikasi secara dua arah. Program ini juga berhasil memperkuat citra Anies sebagai pemimpin yang responsif dan inklusif juga memberikan dampak terhadap *branding* dari Anies sendiri. Secara keseluruhan, program Desak Anies berhasil meningkatkan kesadaran politik generasi muda dan mendorong keterlibatan mereka dalam proses politik. Desak Anies bukan hanya sekedar acara kampanye politik tetapi juga upaya untuk mengedukasi generasi muda dalam membangun masa depan politik Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Asbari, M. (2023). Urgensi Pemimpin Adil dan Berpengetahuan Luas: Perspektif Anies Baswedan. *Journal of Information Systems and Management (JISMA)*, 2(6), 22-27.
- Astuti, I. (2023, 27 Desember). Hadirkan Pendidikan Politik, Begini Sejarah Program Desak Anies. Diakses pada 30 September 2024, dari <https://www.medcom.id/pemilu/news-pemilu/eN45Ryyb-hadirkan-pendidikan-politik-begini-sejarah-program-desak-anies>
- Basyari, I. (2023, 5 Desember). "Desak Anies" dan Komitmen Menyerap Aspirasi Pemilih Muda. Diakses pada 4 Desember 2024, dari <https://www.kompas.id/baca/polhuk/2023/12/05/desak-anies-dan-komitmen-menyerap-aspirasi-pemilih-muda>
- Butsir, F. I. (2019). Mengenal Analisis Framing: Tinjauan Sejarah dan Metodologi. *Jurnal Ilmiah dan Komunikasi (Communique)*. 1(2).
- Chomsah, A. (2024, 18 Maret). Demokrasi di Era Digital. Diakses pada 30 November 2024, dari <https://ntt.kemenag.go.id/opini/793/demokrasi-di-era-digital>
- CNN Indonesia. (2024, 27 February). Tom Lembong: Kampanye Model Desak Anies-Slepet Imin Pertama di Sejarah. Diakses pada 1 Desember 2024, dari <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20240226201700-617-1067561/tom-lembong-kampanye-model-desak-anies-slepet-imin-pertama-di-sejarah>
- Deepublish. (2023, 28 Maret). Cara Menulis Daftar Pustaka dari Internet atau Website. Diakses 28 September 2024, dari <https://penerbitdeepublish.com/cara-menulis-daftar-pustaka-dari-website/#1.Format.APA>
- Efendi, E., Taufiqurrohman, A., Supriadi, T., & Kuswananda, E. (2023). Teori Agenda Setting. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 1715-1718.
- Eriyanto. (2011). Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media (6th ed). LKiS Yogyakarta.
- Fadilah, K. (2023, 12 Desember). Timnas AMIN Klaim Anies Kuat Semuanya Jelang Debat Perdana. Diakses pada 29 November 2024, dari <https://news.detik.com/pemilu/d-7085873/timnas-amin-klaim-anies-kuat-semuanya-jelang-debat-perdana>
- Fahlanda, B. (2023, 29 Desember). Apa Itu Desak Anies, Jadwal, dan Diadakan di Kota Mana Saja?. Diakses pada 30 September 2024, dari https://tirto.id/apa-itu-desak-anies-dan-jadwalnya-gTRy#google_vignette
- Febrianto, D., & Purwandari, D. A. (2024). Strategi Kampanye dan Branding Politik Anies Baswedan Melalui Instagram@Ubahbareng dalam Meraih Suara Generasi Z. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(4), 1519-1529.
- Hakim, I. A. (2024, 1 Januari). Timnas AMIN Sebut 'Desak Anies' Jadi Terobosan Baru Demokrasi di Indonesia. Diakses pada 30 November 2024, dari <https://www.kompas.tv/nasional/473342/timnas-amin-sebut-desak-anies-jadi-terobosan-baru-demokrasi-di-indonesia>
- Hidayah, K. (2024, 4 April). Strategi Kampanye Anies Baswedan Menarik Perhatian Gen-Z. Kompasiana. Diakses pada 9 Desember 2024, dari <https://www.kompasiana.com/kholishot>

- [ulhidayah8000/660edc841470934e265af2d2/strategi-kampanye-anies-baswedan-menarik-perhatian-gen-z](https://doi.org/10.30605/responsive.v7i3.841470934e265af2d2/strategi-kampanye-anies-baswedan-menarik-perhatian-gen-z)
- Hidayati, A. N. (2024). Personal Branding Anies Baswedan Calon Presiden Indonesia 2024 melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Desain*, 11(2), 433-440.
- Kafka, M. K. R., Prawira, F. R., Santoso, G., Nurhasanah, H., Pramono, J., Barkah, S., & Haryanto, H. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Orientasi Politik Pemilih Pemula Pada Pemilu 2024. *Jurnal Pendidikan Transformatif*, 1(2), 132-141.
- Khakim, M. S. (2023). Partisipasi Politik Generasi Muda pada Pemilihan Umum Tahun 2024. *Jurnal Administrasi Pemerintahan Desa*, 4(1), 98-116.
- KumparanNews. (2023, 8 Desember). Jubir Sebut 'Desak Anies' sebagai Forum Demokrasi yang Sesungguhnya. Diakses pada 8 Desember 2024, dari <https://kumparan.com/kumparannews/jubir-sebut-desak-anies-sebagai-forum-demokrasi-yang-sesungguhnya-21jFCDMYXeW/full>
- KumparanNews. (2024, 19 Januari). Viral dan Digandrungi Anak Muda, Ini Sejarah Lahirnya Program 'Desak Anies'. Diakses pada 30 September 2024, dari <https://kumparan.com/kumparannews/viral-dan-digandrungi-anak-muda-ini-sejarah-lahirnya-program-desak-anies-21zwNIO4M4y>
- Lingga, R. A. (2023, 20 November). Anies: Keterlibatan Anak Muda Penting dalam Menggunakan Hak Suara. Diakses pada 6 November 2024, dari <https://www.antaranews.com/berita/3830970/anies-keterlibatan-anak-muda-penting-dalam-menggunakan-hak-suara>
- LM Psikologi UGM. (2024, 29 April). Partisipasi Anak Muda dalam Pemilu 2024: Kajian Psikologis Mengenai Kesadaran Politik Pemuda Indonesia. Diakses pada 30 September 2024, dari <https://lm.psikologi.ugm.ac.id/2024/04/partisipasi-anak-muda-dalam-pemilu-2024/>
- Luthfie, M., Febrian, Y., & Setiawan, K. (2024). Efektivitas Kampanye "Desak Anies" Melalui TikTok Terhadap Partisipasi Politik Pemilihan Presiden 2024 di Kota Bogor. *Karimah Tauhid*, 3(10), 11039-11055.
- Mahendra, R. E. (2024, 6 Januari). Jubir Muda Timnas AMIN Bicara Soal Konsep Acara Desak Anies. Diakses pada 29 November 2024, dari <https://www.tempo.co/politik/jubir-muda-timnas-amin-bicara-soal-konsep-acara-desak-anies-100820>
- Mantalean, V., Movanita, A. N. K. (2023, 2 Juli). Generasi Milenial Dominasi Pemilih pada Pemilu 2024, "Baby Boomer" 28 Juta Orang. Diakses pada 30 September 2024, dari <https://nasional.kompas.com/read/2023/07/02/18113321/generasi-milenial-dominasi-pemilih-pada-pemilu-2024-baby-boomer-28-juta?page=all>
- Maspul, K. A. (2024). Reimagining Democracy: An Exploration of Anies Baswedan's "Desak Anies" Program. *Indonesian Journal of Social Development*, 1(3), 13-13.
- Mubarrod, R., & Syarwi, P. (n.d.). Marketing Politik Jelang Pemilu 2024 "Desak Anies", "Prabowo Gemoy", dan "Ganjar Nginep di Rumah Warga". *Jurnal Communitarian*, 5(2).
- 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*, 5(3), 2535-2547.
- Nurhasidah. (2023, 24 December). OPINI: Pentingnya Partisipasi Politik dalam Mempengaruhi Kebijakan Publik. Diakses pada 8 Desember 2024, dari <https://kpi.iainpare.ac.id/2023/12/opini-pentingnya-partisipasi-politik.html>
- Perasintya, S. (2024, 14 Januari). Analisis Pengaruh Kampanye Dialogis Desak Anies Terhadap Swing Voter Menjelang Pemilu 2024. Kompasiana. Diakses pada 8 Desember 2024, dari <https://www.kompasiana.com/sindiperasintya8911/65a3889912d50f19126c0243/analisis-pengaruh-kampanye-dialogis-desak-anies-terhadap-swing-voter-menjelang-pemilu-2024>
- Pratama, I. N., Hadi, A., & Umami, R. (2024). Penguatan Partisipasi Politik Inklusif

Strategi Komunikasi Politik: Program Desak Anies Untuk Meningkatkan Partisipasi Generasi Muda Dalam Pemilihan Presiden 2024
(Tias Rahma Dewi, Najwa Adhwa Ramadhani, Revalyza Misbah, Mega Arinda Pramesella, Syahdan Raga Khalif, Muhammad Prakoso Aji)

- Dalam Meningkatkan Pemahaman dan Keterlibatan Generasi Z Pada Pemilu 2024 Di Desa Bagik Polak. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*. 1(11).
- Prasetyo, A. (2024, 09 Januari). Desak Anies adalah Bagian dari Upaya Mencerdaskan Generasi Muda. Diakses pada 04 Oktober 2024, dari <https://mediaindonesia.com/politik-dan-hukum/642892/desak-anies-adalah-bagian-dari-upaya-mencerdaskan-generasi-muda>
- Rahardjo, M. (2010, 15 Oktober). Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif. UIN Malang. Diakses pada 22 Oktober 2024, dari <https://uin-malang.ac.id/r/101001/triangulasi-dalam-penelitian-kualitatif.html>
- Ramdan, A. S. (2024, 25 Juni). Teori Agenda Setting Sebagai Pembentuk Perspektif Publik. Ilmu Komunikasi UNESA. Diakses pada 8 Desember 2024, dari <https://ikom.fisipol.unesa.ac.id/post/teori-agenda-setting-sebagai-pembentuk-perspektif-publik>
- Riyanti, R., Luthfi, A., & Rohana, D. (2023). Peran Generasi Muda dalam Pendidikan Politik untuk Meningkatkan Partisipasi Politik. *Themis: Jurnal Ilmu Hukum*, 1(1), 26-31.
- Sajida, Y. A., Tsaabita, Z., Damanik, Z. P. S., Qorizki, D., Fakhrani, A. F., Utomo, A. P. Y., & Prasandha, D. (2024). Analisis Tindak Tutur Ilokusi dalam Cuitan Akun X Calon Presiden 2024 Nomor 1 Anies Baswedan. *Jurnal Kajian dan Penelitian Umum*, 2(4), 31-56.
- Saputri, A. I. (2024). Efektivitas Komunikasi Model Kampanye Desak Anies dalam Perspektif Mahasiswa. Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. <https://etd.ummy.ac.id/id/eprint/47584/>
- Sarah. (2023, 31 December). Drone Emprit Ungkap Perbandingan Trend Desak Anies dan Gemoy di Medsos, Ismail Fahmi: Kubu 01 Harus Belajar dari Kubu 02. Diakses pada 8 Desember 2024, dari <https://www.kilat.com/nasional/84411370115/drone-emprit-ungkap-perbandingan-trend-desak-anies-dan-gemoy-di-medsos-ismail-fahmi-kubu-01-harus-belajar-dari-kubu-02>
- Setiawanty, I. (2024, 31 Januari). Ingin Kuasai Semua Platform, Anies Izin ke Anak-anak Online-nya Bicara Politik Saat Live TikTok. Diakses pada 7 Desember 2024, dari <https://www.tempo.co/hiburan/ingin-kuasai-semua-platform-anies-izin-ke-anak-anak-online-nya-bicara-politik-saat-live-tiktok-91828>
- Sidik, F. M. (2024, 30 Juni). Anies Baswedan Berencana Lanjutkan ‘Desak Anies’, Ini Alasannya. *detiknews*. Diakses pada 8 Desember 2024, dari <https://news.detik.com/pemilu/d-7415803/anies-baswedan-berencana-lanjutkan-desak-anies-ini-alasannya>
- Suwarko, A. (2024). De-Komodifikasi Agama Dalam Konteks Politik Elektoral (Studi Video “Desak Anies” Pada Kanal Youtube Anies Baswedan di Pilpres 2024). In *Proceeding International Conference on Tradition and Religious Studies* (Vol. 3, No. 1, pp. 880-888).
- Telaumbanua, J. J. P. (2023). Keterlibatan Pemuda dalam Politik: Dinamika dan Tantangan. *literacy notes*, 1(2).
- Tempo. (2024, 5 January). Alasan Anies Baswedan Lebih Suka Kegiatan Desak Anies daripada Memasang Alat Peraga Kampanye Berlebihan. Diakses pada 8 Desember 2024, dari <https://www.tempo.co/pemilu/alasan-anies-baswedan-lebih-suka-kegiatan-desak-anies-daripada-memasang-alat-peraga-kampanye-berlebihan-101330>
- @UbahBareng. (2024, September 16). Nostalgia Desak Anies [Twitter/X post]. <https://x.com/UbahBareng/status/1835568916413952429>
- Utami, F. O. (2018). Analisis Framing Pemberitaan Aksi Damai 212 pada Media Online Detik.com. Skripsi thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. <https://repository.uin-suska.ac.id/16647>
- Wahyudi, F. S., & Firdaus, M. I. (2024). Strategi Komunikasi Desak Anies: Analisis Kampanye Gaya Baru untuk Mencerdaskan Bangsa dan Membangkitkan Semangat

- Konstitusionalisme dalam Amanat UUD 1945. *Journal of International Multidisciplinary Research*, 2(5), 174-185.
- Widodo, R. B., & Almansur, A. T. (2023). Strategi Kampanye Politik Capres-Cawapres Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar Di Pemilihan Presiden 2024. *Jurnal Da'wah Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan*, 6(3).
- Widyaya, I., & Setiawan, W. (2023). Analisis Framing Model Robert N. Entman dalam Representasi Publik Figur Politik: Episode 'Dosa-Dosa Anies' di Program 'Kick Andy' Metro TV. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 3(1), 103-118.
- Yolency. (2024, 4 January). Peran Penting Gen Z dan Milenial Menuju Tatanan Politik Baru pada Pemilu 2024 | Situs Resmi Pemerintah Kabupaten Tuban. Diakses pada 4 Oktober 2024, dari <https://tubankab.go.id/entry/peran-penting-gen-z-dan-milenial-menuju-tatanan-politik-baru-pada-pemilu-2024>