

**MARKETING POLITIK PRAMONO-RANO PADA
PEMILIHAN KEPALA DAERAH PROVINSI DKI JAKARTA
TAHUN 2024**

SKRIPSI

Oleh

FRANKLIN PASKAH ROWLAND HUTAGAOL

NIM: 2173150020



**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2026**

**MARKETING POLITIK PRAMONO-RANO PADA
PEMILIHAN KEPALA DAERAH PROVINSI DKI JAKARTA
TAHUN 2024**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Pada Program Studi Ilmu Politik Fakultas Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia

Oleh

FRANKLIN PASKAH ROWLAND HUTAGAOL

NIM: 2173150020



**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2026**



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Mayjen Sutoyo, No. 2 Cawang Jakarta 13630
Telp. (021) 8092425, 8009190 ex. 461-463 Fax. 021-80886884

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Franklin Paskah Rowland Hutagaol
Nim : 2173150020
Program Studi : Ilmu Politik
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis akhir yang berjudul “Marketing Politik Pramono-Rano Pada Pemilihan Kepala Daerah Provinsi DKI Jakarta Tahun 2024” yaitu:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil tinjauan lapangan, kuliah, buku-buku, jurnal, dan referensi lainnya pada karya tugas akhir saya
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas karya tugas akhir ini dianggap batal.

Jakarta, 5 Februari 2026



Franklin Paskah R.H



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Mayjen Sutoyo, No. 2 Cawang Jakarta 13630
Telp. (021) 8092425, 8009190 ex. 461-463 Fax. 021-80886884

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR
PERAN BADAN PENGAWAS PEMILIHAN UMUM PROVINSI DKI JAKARTA DALAM
PENGAWASAN PEMILUKADA DKI JAKARTA TAHUN 2024

Oleh:

Nama : Franklin Paskah Rowland Hutagaol
Nim : 2173150020
Program Studi : Ilmu Politik

Telah dipertahankan dalam sidang tugas akhir dan sudah diperiksa dan disetujui guna mencapai gelar sarjana strata satu pada Program Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia.

Jakarta, 5 Februari 2026

Menyetujui:

Dosen Pembimbing

(Gaston Otto Malindir S.I.P., M.I.P.)

Ketua Program Studi Ilmu Politik

(Indah Novitasari, S.Sos., M.Si (Han))

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



(Dr. Verdinand Robertua, S.Sos., M.Soc., Sc)



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Mayjen Sutoyo, No. 2 Cawang Jakarta 13630
Telp. (021) 8092425, 8009190 ex. 461-463 Fax. 021-80886884

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada tanggal 20 Januari 2026 telah diselenggarakan Sidang Tugas Akhir untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama : Franklin Paskah Rowland Hutagaol

Nim : 2173150020

Program Studi : Ilmu Politik

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul "Marketing Politik Pramono-Rano Pada Pemilihan Kepala Daerah Provinsi DKI Jakarta Tahun 2024" oleh tim penguji yang terdiri dari:

Nama Penguji	Jabatan Dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1 Fransiskus X. Gian Tue Mali, S.I.Kom., M.Si	Ketua	
2 Dr. Sidratahta Mukhtar, M.Si	Penguji II	
3 Gaston Otto Malindir S.I.P., M.I.P	Penguji III	



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Mayjen Sutoyo, No. 2 Cawang, Jakarta 13630
Telp. (021) 8092425; 8009190 ext, 461-463 Fax. 021-80886884

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Franklin Paskah Rowland Hutagaol
NIM : 21731500020
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Politik
Judul : Marketing Politik Pramono-Rano Pada Pemilihan Kepala Daerah Provinsi DKI Jakarta Pada Tahun 2024

Menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir tersebut adalah benar karya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik diperguruan tinggi manapun;
2. Tugas akhir tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Non eksklusif Tanpa Royalti Kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih hakcipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundang-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademik yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Dibuat di Jakarta, 3 Maret 2026

Yang menyatakan,



Franklin Paskah Rowland Hutagaol

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, kasih, dan karunia serta pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Marketing Politik Pramono-Rano Pada Pemilihan Kepala Daerah Provinsi DKI Jakarta Tahun 2024”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat tugas akhir dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Politik (S.Ipol) pada Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia (FISIPOL UKI).

Dalam proses penyusunan dan penulisan skripsi ini, penulis menghadapi berbagai tantangan dan kendala baik dalam pengumpulan data, analisis, maupun penyajian hasil penelitian. Keterbatasan kemampuan, pengalaman, dan wawasan masih menjadi kekurangan dalam penyempurnaan karya ilmiah ini. Namun, proses tersebut memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengembangkan kemampuan akademik dan pemahaman terhadap Marketing Politik Pilkada. Penulis juga memperoleh banyak inspirasi dan wawasan selama menjalani studi di Program Studi Ilmu Politik FISIPOL UKI, yang menjadi bekal berharga dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, arahan, dan bantuan berbagai pihak, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada orang tua tercinta, Bapak Posma Hutagaol dan Yudika Situmeang, terima kasih atas doa, kasih sayang, dan pengorbanan yang tidak pernah

terputus. Dukungan moral, materil, spiritual, dan motivasi dari Bapak dan Ibu menjadi kekuatan terbesar bagi penulis dalam menempuh pendidikan hingga tahap ini. Tanpa doa dan penguatan dari keluarga, proses ini tidak akan dapat berjalan sebagaimana mestinya.

2. Teruntuk kakak-kakak saya Steven Adam Pardomuan Hutagaol, Agustina Rahayu Pangaribuan, Esra Agatha Nadya Hutagaol, Rizky Christo Sahala Purba yang selalu memberi saya arahan, nasihat, doa, dan material selama perkuliahan hingga bisa ditahap ini.
3. Teruntuk keponakan saya Sereventina Margaretha Hutagaol dan Gabriel Nasa Zareen Purba Terimakasih sudah menjadi motivasi saya selama perkuliahan berlangsung hingga pada tahap ini.
4. Kepada Bapak Dr. Dhaniswara K Hardjono, S.H, M.H., M.B.A. selaku Rektor Universitas Kristen Indonesia.
5. Dr. Verdinand Robertua Siahaan S. Sos, M.Soc. Sc. Sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia.
6. Ibu Indah Novitasari, S.Sos., M.Si (Han), selaku Ketua Program Studi Ilmu Politik, terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan atas perhatian, arahan, motivasi, serta dukungan yang selalu Ibu berikan kepada seluruh mahasiswa.
7. Kepada Bapak Gaston Otto Malindir, S.I.P, M.I.P dengan penuh rasa hormat, penulis menyampaikan terima kasih atas bimbingan dan kesabaran Bapak dalam membimbing penulisan skripsi ini dari awal hingga akhir. Arahan, kritik, dan saran yang Bapak berikan telah membantu penulis untuk berpikir

lebih kritis, sistematis, dan akademis. Penulis bersyukur memiliki pembimbing yang selalu memberikan motivasi dan tidak lelah membimbing.

8. Bapak Fransiskus X. Gian Tue Mali, S.Ikom., M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik, terima kasih yang mendalam penulis sampaikan atas semua perhatian, waktu, dan arahan yang sangat berarti selama penulis menempuh pendidikan di Program Studi Ilmu Politik.
9. Seluruh Dosen dan staf Program Studi Ilmu Politik, yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan bantuan administratif selama masa studi dan penyusunan skripsi ini.
10. Penulis mengucapkan terimakasih kepada Tim Pemenangan Pramono-Rano Ibu Chicha Koeswoyo, Bapak Adiyoga Nusyirwan dan Mas Dimas Baskoro serta Pengamat Politik Bapak Ali Rif'an dan Masyarakat yang sudah memberikan waktu dan tempat untuk di wawancarai dalam pemenuhan kebutuhan data skripsi penulis.
11. Saudara-saudari dan seluruh keluarga besar, terima kasih atas dukungan, perhatian, dan semangat yang selalu diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Setiap bentuk bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung, sangat berarti dan menjadi penguat dalam melewati berbagai proses akademik.
12. Terimakasih rekan satu angkatan Frans, Rivaldi, Revaldo, Novri, Orbit, Defit, Haganta, Markelius, Siska, Agnes, Glory, Yemima, dan teman-teman yang mungkin tidak bisa disebutkan satu per satu, atas kebersamaan selama proses perkuliahan sampai dalam tahap penyusunan skripsi ini.

13. Terimakasih untuk semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Bekasi, 12 Januari 2026

Franklin Paskah Rowland Hutagaol



DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI	iv
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
Daftar Singkatan.....	xvi
Abstrak.....	xvi
Abstract.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.4.1 Tujuan Akademik	15
1.4.2 Tujuan praktis	15
1.5 Signifikansi Penelitian.....	16
1.6 Tinjauan Pustaka.....	17
1.7 Landasan Teori dan Konsep	23
1.7.1 Marketing Politik	23
1.7.2 Teori Modalitas.....	27

1.8	Kerangka Pemikiran	30
1.9	Metode Penelitian	32
1.9.1	Pendekatan Penelitian	32
1.9.2	Desain Penelitian	32
1.9.3	Teknik Pengumpulan Data.....	33
1.9.4	Informan.....	36
1.9.5	Teknik Analisis Data	46
1.10	Sistematika Penulisan	47
BAB II	GAMBARAN OBJEK PENELITIAN	49
2.1	Gambaran Umum Provinsi DKI Jakarta	49
2.1.1	Visi Misi Provinsi DKI Jakarta	50
2.1.2	Sejarah Singkat Provinsi DKI Jakarta	51
2.1.3	Kondisi Geografis.....	52
2.1.4	Kondisi Demografis.....	54
2.2	Gambaran Umum Pemilu DKI Jakarta Tahun 2024	55
2.2.1	Persebaran DPT	56
2.3	Gambaran umum Paslon Terpilih	60
BAB III	MARKETING POLITIK PRAMONO DAN RANO DALAM MENARIK SIMPATI MASYARAKAT	63
3.1	<i>Pull Marketing</i>	63
3.2	<i>Pass Marketing</i>	76
3.3	<i>Push Marketing</i>	90
BAB IV	FAKTOR-FAKTOR KEMENANGAN PRAMONO-RANO DI PILKADA PROVINSI JAKARTA TAHUN 2024.....	104

4.1 Modal Sosial.....	105
4.2 Modal Ekonomi.....	111
4.3 Modal Budaya	118
4.4 Modal Simbolik.....	123
BAB V PENUTUP	129
5.1 Kesimpulan.....	129
5.2 Saran. 130	
DAFTAR PUSTAKA.....	132
LAMPIRAN.....	138



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penelitian Terdahulu	17
Tabel 1.2	Nama / Jabatan Informan	36
Tabel 1.3	Teori, Dimensi, Indikator, Item Pertanyaan dan Narasumber Penelitian.....	37
Tabel 1.4	Hubungan antara Strategi Marketing dan Respon Pemilih	47
Tabel 2.1	Jumlah Penduduk DKI Jakarta Tahun 2020, 2023, 2024.....	54
Tabel 2.2	Jumlah Persebaran DPT Setiap Wilayah	57
Tabel 2.3	Jumlah DPT Berdasarkan Kelompok Usia	59



DAFTAR GAMBAR

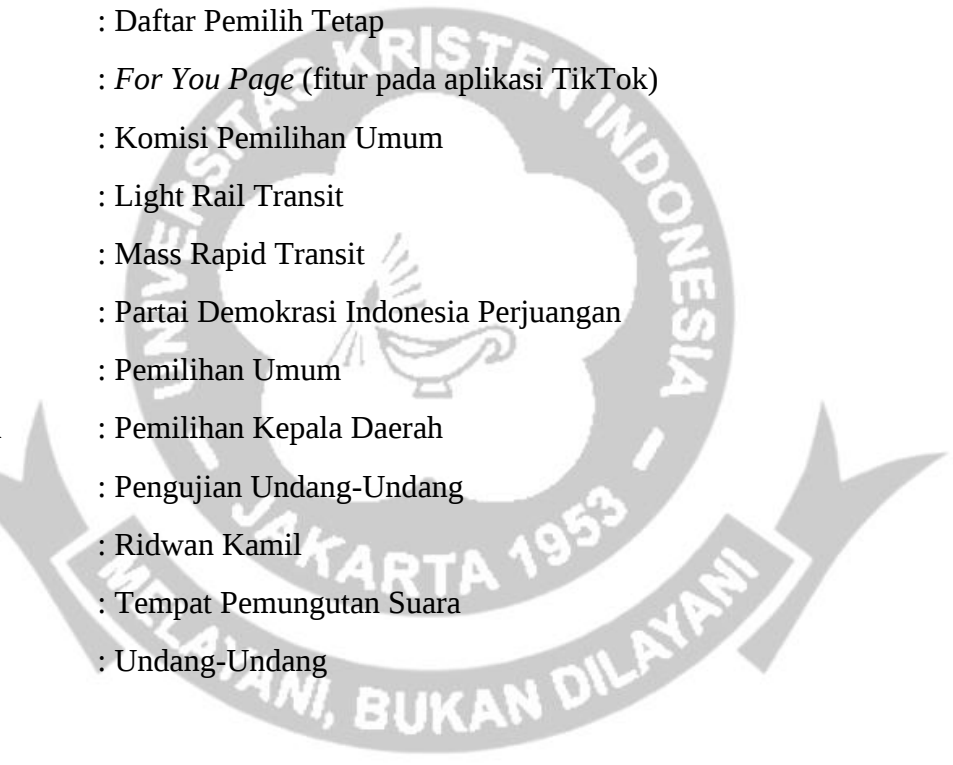
Gambar 1.1 Perolehan suara pada PILKADA Jakarta 2024.....	6
Gambar 1.2 Pramono Anung melakukan blusukan	8
Gambar 1.3 Daftar pasangan calon Pilkada Jakarta	9
Gambar 1.4 Slide Agresifitas Mesin Kampannya.....	10
Gambar 1.5 Tiktok Pramono Anung.....	12
Gambar 1.6 Tiktok Rano Karno.....	12
Gambar 1.7 Slide Pergeseran Basis Anies Baswedan	13
Gambar 1.8 Kerangka Pemikiran	31
Gambar 2.1 Peta Jakarta	53
Gambar 3.1 Iklan Kampanye Pramono Rano.....	65
Gambar 3.2 Baju kampanye yang digunakan oleh pendukung.....	67
Gambar 3.3 Baliho dan poster kampanye Pramono-Rano.....	68
Gambar 3.4 Konten kampanye Deni Cagur.....	77
Gambar 3.5 Postingan video tiktok wawancara komedian betawi bang Mandra dan Bang Doel.....	79
Gambar 3.6 Postingan Tiktok Pasmaing Based.....	81
Gambar 3.7 Postingan Tiktok Tinaton.....	83
Gambar 3.8 Kampanye Akbar Pramono-Rano.....	91
Gambar 3.9 Konser koplo Jakarta Menyala dan festival bakso dan mie ayam.....	98
Gambar 3.10 Kegiatan kampanye nyore Pramono-Rano.....	93
Gambar 3.11 Rapat KGN Jakarta Utara.....	101
Gambar 4.1 Pertemuan Pramono-Rano dengan ketua FBR.....	108
Gambar 4.2 Diagram Dana kampanye paslon Gubernur Jakarta.....	116

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Penelitian	138
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Tim Pemenangan 1.....	139
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Tim Pemenangan 2.....	145
Lampiran 4 Transkrip Wawancara Tim Pemenangan 3.....	152
Lampiran 5 Transkrip Wawancara Pengamat Politik	157
Lampiran 6 Transkrip Wawancara Masyarakat	167
Lampiran 7 Transkrip Wawancara Masyarakat	169
Lampiran 8 Dokumentasi Wawancara.....	171



DAFTAR SINGKATAN



APBD	: Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah
Bawaslu	: Badan Pengawas Pemilihan Umum
DKI	: Daerah Khusus Ibukota
DPD	: Dewan Pimpinan Daerah
DPR	: Dewan Perwakilan Rakyat
DPRD	: Dewan Perwakilan Rakyat Daerah
DPT	: Daftar Pemilih Tetap
FYP	: <i>For You Page</i> (fitur pada aplikasi TikTok)
KPU	: Komisi Pemilihan Umum
LRT	: Light Rail Transit
MRT	: Mass Rapid Transit
PDIP	: Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan
Pemilu	: Pemilihan Umum
Pilkada	: Pemilihan Kepala Daerah
PUU	: Pengujian Undang-Undang
RK	: Ridwan Kamil
TPS	: Tempat Pemungutan Suara
UU	: Undang-Undang

ABSTRAK

Penelitian ini membahas marketing politik pasangan Pramono Anung dan Rano Karno dalam Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Provinsi DKI Jakarta Tahun 2024 serta faktor-faktor yang mendukung kemenangan pasangan tersebut. Pilkada Jakarta 2024 menjadi kontestasi politik yang menarik karena berlangsung dalam konteks Pilkada serentak nasional, melibatkan pemilih yang sangat heterogen, serta mempertemukan pasangan calon dengan kekuatan koalisi partai yang berbeda. Meskipun hanya didukung oleh dua partai politik, pasangan Pramono–Rano berhasil meraih kemenangan dengan perolehan suara lebih dari 50 persen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian eksploratif dan metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian dipilih secara purposive sampling yang terdiri dari tim pemenangan, kader partai politik, pengamat politik, serta masyarakat sebagai pemilih. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif untuk memahami strategi kampanye yang dijalankan serta respons pemilih terhadap pesan politik yang disampaikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan Pramono–Rano didukung oleh penerapan marketing politik yang terintegrasi melalui strategi pull marketing, pass marketing, dan push marketing. Pull marketing dilakukan melalui pemanfaatan media sosial dan media luar ruang untuk membangun citra positif dan meningkatkan visibilitas kandidat. Pass marketing dijalankan dengan melibatkan tokoh politik, influencer, dan jaringan relawan guna memperluas jangkauan pesan kampanye. Sementara itu, push marketing diwujudkan melalui pendekatan langsung seperti blusukan, kampanye door to door, dan kegiatan tatap muka dengan masyarakat. Selain strategi marketing politik, kemenangan Pramono–Rano juga diperkuat oleh pemanfaatan modal sosial, modal ekonomi, modal budaya, dan modal simbolik. Kombinasi strategi dan modal tersebut membuat pesan kampanye lebih mudah diterima oleh masyarakat dan mampu membangun kepercayaan pemilih, sehingga mengantarkan pasangan Pramono–Rano meraih kemenangan pada Pilkada Jakarta 2024.

Kata kunci: Marketing Politik, Pilkada Jakarta 2024, Strategi Pemenangan, Kampanye Politik

ABSTRACT

This research discusses the political marketing of the Pramono Anung and Rano Karno pair in the 2024 DKI Jakarta Provincial Head Election (Pilkada) and the factors that support their victory. The 2024 Jakarta Regional Head Election is an interesting political contest because it is taking place within the context of the national simultaneous regional head elections, involves a highly heterogeneous electorate, and brings together candidate pairs with different party coalition strengths. Despite being supported by only two political parties, the Pramono-Rano pair managed to win with over 50 percent of the vote. This research uses a qualitative approach with an exploratory research design and a case study method. Data collection was done thru in-depth interviews, observation, and documentation. The research reports that the information was selected thru purposive sampling, consisting of the campaign team, political party cadres, political observers, and the public as voters. The data obtained were analyzed descriptively to understand the campaign strategies implemented and voter responses to the political messages conveyed. The research findings indicate that the success of Pramono–Rano was supported by the implementation of integrated political marketing thru pull marketing, pass marketing, and push marketing strategies. Pull marketing was carried out by utilizing social media and outdoor media to build a positive image and increase candidate visibility. Pass marketing was executed by involving political figures, influencers, and volunteer networks to broaden the reach of the campaign message. Meanwhile, push marketing was realized thru direct approaches such as blusukan (walking thru neighborhoods), door-to-door campaigns, and face-to-face activities with the community. Beside political marketing strategies, the victory of Pramono–Rano was also strengthened by the utilization of social capital, economic capital, cultural capital, and symbolic capital. This combination of strategy and capital made the campaign message more easily accepted by the public and helped build voter trust, leading to the Pramono-Rano pair's victory in the 2024 Jakarta Regional Head Election.

Keywords: Political Marketing, Jakarta Regional Election 2024, Winning Strategy, Political Campaign