Jurnal Imu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jambi (JISIP-UNJA) Volume 10 Nomor 1 (2026) 101-115

MODALITAS KEMENANGAN PRAMONO-RANO PADA PILKADA DAERAH KHUSUS JAKARTA TAHUN 2024

Gaston Otto Malindir[a], Adi Prayitno[b], Mukhamad Busro Asmuni[c]
[a] Universitas Kristen Indonesia, Jakarta, Indonesia
[b] Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, Indonesia
[c] Universitas Pembangunan Nasional Veteran, Jakarta, Indonesia
Email: otto.malindir@gmail.com

ABSTRAK
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguraikan mengenai modalitas pemenangan Pramono-Rano pada Pemilihan Kepala Daerah Provinsi Daerah Khusus Jakarta tahun 2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis-interpretatif, dengan desain penelitian yang digunakan adalah studi kasus kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini meliputi; observasi dan wawancara partisipatif terbatas. Teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif yang meliputi tiga tahapan utama: reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis di atas maka secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa kemenangan Pramono-Rano dipengaruhi oleh modal sosial, ekonomi, budaya dan simbolik. Hal tersebut secara spesifik dapat diuraikan bahwa; kampanye Pramono-Rano memanfaatkan modal sosial untuk membangun kepercayaan dan keterlibatan langsung dengan berbagai elemen masyarakat. Modal ekonomi justru muncul melalui pengelolaan berbagai sumber daya, mulai dari dana, tenaga, waktu, hingga ide yang dijalankan secara bersama-sama oleh tim dan kader partai. Sedangkan modal budaya tidak hanya tercermin dari kapasitas intelektual Pramono-Rano, tetapi juga dari kemampuan memahami serta menghidupkan nilai-nilai budaya lokal Betawi. Modal simbolik Pramono-Rano terbentuk dari proses panjang yang melibatkan pengalaman, pengakuan publik, dan kepercayaan sosial yang terus terbangun.
Kata Kunci: Modalitas kemenangan, Pramono-Rano, Pemilihan Kepala Daerah, Provinsi Daerah Khusus Jakarta.

ABSTRACT
This study aims to analyze and describe the modalities of Pramono-Rano's victory in the 2024 Regional Head Election of the Special Region of Jakarta Province. This study uses a qualitative approach with a constructivist-interpretive paradigm, with a qualitative case study design. The data collection techniques used in this study include observation and limited participatory interviews. The data analysis technique uses an interactive analysis model that includes three main stages: data reduction, data presentation, and conclusion drawing and verification. Based on the results of the research and analysis above, it can be concluded that Pramono-Rano's victory was influenced by social, economic, cultural, and symbolic capital. This can be specifically explained as: Pramono-Rano's campaign utilized social capital to build trust and direct engagement with various elements of society. Economic capital emerged through the management of various resources, ranging from funds, energy, time, to ideas, which were carried out jointly by the team and party cadres. Meanwhile, cultural capital is not only reflected in Pramono-Rano's intellectual capacity, but also in the ability to understand and bring to life the values of local Betawi culture. Pramono-Rano's symbolic capital was formed through a long process involving experience, public recognition, and social trust that continues to be built.
Keywords: *Victory modalities, Pramono-Rano, Regional Head Election, Special Region of Jakarta Province.*

* Corresponding Author.
E-mail: otto.malindir@gmail.com

PENDAHULUAN

Kajian internasional mengenai faktor pemenangan pasangan calon dalam pemilihan kepala daerah menunjukkan bahwa kemenangan elektoral tidak lagi ditentukan oleh satu variabel tunggal, melainkan oleh kombinasi faktor struktural (Kulachai, 2023; Sarkandiz, 2025), sosiologis (Anand & Reddy, 2024; Fossati, 2025), psikologis (Senner, 2023), serta strategi politik kandidat (Angela, 2025; Hunawa et all., 2025). Penelitian-penelitian di berbagai negara memperlihatkan bahwa modal sosial kandidat, kekuatan jaringan partai, komunikasi politik, kondisi sosial ekonomi pemilih, serta penggunaan strategi kampanye berbasis isu dan identitas lokal menjadi determinan utama keberhasilan elektoral. Penelitian Madukpe et al., (2025) di Nigeria menunjukkan bahwa indikator sosial ekonomi seperti tingkat pendidikan, pendapatan, dan indeks pembangunan manusia (IPM) memiliki korelasi kuat terhadap kemenangan kandidat, khususnya di wilayah dengan tingkat pembangunan yang lebih tinggi. Kandidat dari partai tertentu cenderung unggul di daerah dengan IPM tinggi, menandakan pergeseran preferensi pemilih menuju politik berbasis isu dan kinerja. Temuan serupa juga terlihat di Polandia, di mana Krochmal (2025) membuktikan bahwa sentimen publik di media sosial yang dikombinasikan dengan karakteristik sosial ekonomi regional mampu memprediksi kemenangan partai secara signifikan dalam pemilu lokal dan nasional.

Di Turki, dinamika pemilihan kepala daerah memperlihatkan bahwa identitas ideologis, afiliasi politik, serta fragmentasi pemilih berbasis kultur lokal menjadi faktor penting dalam menentukan kemenangan kandidat. Beberapa studi menunjukkan bahwa mobilisasi identitas politik, loyalitas ideologis, serta relasi klientelistik berbasis komunitas secara signifikan memengaruhi perilaku memilih dalam pemilu lokal di Turki (Özbudun, 2019; Musil, 2020). Kasus Selendi District memperlihatkan terjadinya pembalikan suara signifikan akibat perubahan strategi kampanye dan realokasi dukungan kelompok sosial konservatif terhadap kandidat tertentu, yang menandakan kuatnya peran elite lokal dan mobilisasi identitas dalam membentuk hasil pemilihan (Yilmaz & Bashirov, 2018; Musil, 2020).

Sementara di Inggris, kemenangan kandidat dalam pemilihan wali kota dan dewan lokal banyak ditentukan oleh sentimen nasional, kepuasan terhadap kinerja pemerintah, figur kandidat, serta framing isu strategis di ruang publik. Penelitian Johnston, Pattie, & Manley (2021) membuktikan bahwa evaluasi terhadap kinerja pemerintah nasional dan kepemimpinan partai secara langsung memengaruhi pilihan pemilih dalam pemilu lokal. Fenomena ini tampak jelas dalam kemenangan Partai Buruh pada pemilihan kepala daerah Inggris 2024, yang dipicu oleh ketidakpuasan publik terhadap pemerintah Konservatif, krisis biaya hidup, serta efektivitas framing isu ekonomi dan pelayanan publik, sebagaimana tercermin dalam laporan resmi Electoral Commission (2024) dan analisis politik BBC serta The Guardian (Cutts et al., 2020; Johnston et al., 2021; Electoral Commission, 2024; The Guardian, 2024).

Berbeda dengan di Indonesia yang menunjukan bahwa kedekatan sosial dan kultural kandidat dengan pemilih, kekuatan jaringan tokoh agama dan masyarakat, serta kemampuan membangun relasi personal merupakan faktor dominan dalam kemenangan pilkada (Tarisa et al., 2025; Komarudin et al., 2025; Lapinji et al., 2024). Sebagaimana ditunjukan dalam studi yang dilakukan oleh Aspinall & Sukmajati (2016) bahwa perilaku memilih pada tingkat lokal cenderung dipengaruhi oleh relasi patron-klien, kedekatan emosional, serta jaringan sosial informal yang kuat. Selain itu, Selain itu, dalam demokrasi elektoral Indonesia, praktik klientelisme dan personalisasi politik tetap menjadi strategi utama kandidat dalam memenangkan kontestasi lokal (Mietzner, 2015). Fenomena ini juga diperkuat oleh Hadiz (2010) yang menekankan bahwa kekuatan oligarki lokal dan elite informal berperan dalam membentuk dinamika politik elektoral di daerah. Bahkan, studi Buehler (2013) menunjukkan bahwa desentralisasi di Indonesia justru membuka ruang bagi penguatan politik lokal berbasis jaringan sosial dan identitas, bukan semata-mata kompetisi programatik.

Dinamika pilkada di Indonesia sejak tahun 2005 hingga 2024 menunjukkan perubahan yang cukup signifikan. Pada pilkada tahun 2005, banyak daerah yang masih didominasi oleh calon yang diusung oleh satu atau dua partai politik besar. Namun, seiring berjalannya waktu, munculnya

banyak partai baru dan calon independen memperkaya perwujudan demokrasi dalam pilkada. Berbeda dengan Pilkada yang dilakukan sebelumnya, Pilkada di tahun 2024 menjadi lebih menarik karena dilakukan secara serentak untuk pertama kalinya.

Dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2016 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 tentang Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota. dijelaskan bahwa pemilihan Kepala Daerah dilakukan serentak dengan tujuan meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan konsistensi pelaksanaan pemilu di Indonesia. Pilkada serentak 2024 melibatkan 545 daerah terdiri dari 37 Provinsi, 415 Kabupaten dan 93 Kota, mencakup pemilihan Gubernur, Bupati, dan Wali Kota secara bersamaan. Dinamika ini menjadi tantangan baru, seperti bagaimana mengelola logistik, pengawasan, dan pelaksanaan kampanye dalam skala yang jauh lebih besar.

Pemilihan Kepala Daerah Provinsi Jakarta tahun 2024 tidak hanya menarik karena merupakan episentrum politik Indonesia, melainkan karena dukungan dari masing-masing pasangan calon. Pasangan Calon nomor urut 1 Ridwan Kamil-Suswono diusung oleh 16 partai (Partai Golkar, Gerindra, Nasdem, Partai Keadilan Sejaterah, Partai Amanat Nasional, Partai Kebangkitan Bangsa, Demokrat, Perindo, Garuda, Partai Bulan Bintang, Partai Solidaritas Indonesia, Partai Gelora, Partai Kebangkitan Nasional, dan Partai Prima), Pasangan Calon nomor urut 2 yakni Dharma Pongrekun-Kun Wardana merupakan calon perorangan non partai politik, dan pasangan calon nomor 3 yakni Pramono-Rano diusung oleh dua partai (PDI Perjuangan dan Partai Hanura).

Bukan hanya didukung oleh 16 partai koalisi, Ridwan Kamil-Suswono juga mendapatkan dukungan terbuka oleh sejumlah elit politik seperti mantan Presiden Indonesia, Joko Widodo dan Presiden Indonesia terpilih yakni Prabowo Subianto. Meskipun demikian, Pramono-Rano berhasil meraih kemanangan telak (satu putaran) dengan 50,07% suara pada Pilkada Provinsi Daerah Khusus Jakarta tahun 2024 (Prayitno & Malindir, 2025).

Kemenangan pasangan Pramono-Rano dalam Pilkada Provinsi Daerah Khusus Jakarta tahun 2024 juga ditopang oleh modalitas politik yang tampak nyata di lapangan, terutama melalui pendekatan kampanye berbasis komunitas dan kedekatan sosial dengan pemilih urban. Selama masa kampanye, pasangan ini relatif lebih sering melakukan kegiatan blusukan ke permukiman padat, menghadiri forum warga, serta berinteraksi langsung dengan kelompok masyarakat seperti komunitas RT/RW, relawan lokal, dan kelompok keagamaan, dibandingkan mengandalkan kampanye besar berskala massif. Di berbagai wilayah seperti Jakarta Timur dan Jakarta Selatan, relawan Pramono-Rano aktif membangun jaringan berbasis komunitas yang menekankan komunikasi interpersonal dan pendekatan *door-to-door*, yang terbukti efektif dalam membangun kepercayaan pemilih.

Selain itu, figur Rano Karno yang telah lama dikenal publik melalui dunia hiburan memberikan keuntungan tersendiri dalam menciptakan kedekatan emosional, terutama di kalangan pemilih kelas menengah dan warga Betawi, yang secara kultural merasa memiliki kedekatan dengan figur tersebut. Di sisi lain, Pramono Anung membawa citra sebagai politisi berpengalaman serta "orang dalam pemerintahan" yang memahami tata kelola birokrasi, sehingga memperkuat persepsi kapasitas kepemimpinan. Kombinasi antara intensitas interaksi langsung, penguatan jaringan akar rumput, serta daya tarik personal kandidat inilah yang pada akhirnya berkontribusi signifikan terhadap kemenangan satu putaran Pramono–Rano, meskipun secara struktural mereka dihadapkan pada koalisi lawan yang jauh lebih besar.

Fenomena yang terjadi pada Pilkada Daerah Khusus Jakarta tahun 2024 menunjukan bahwa kemenangan kandidat tidak selalu ditentukan oleh dukungan politik semata, melainkan oleh modalitas yang dimiliki oleh Pramono-Rano. Berbeda dengan studi-studi terdahulu di atas yang mengkaji kemenangan pasangan calon dari kekuatan jaringan, kemampuan membangun relasi, relasi patron-klien, kedekatan emosional, serta dukungan ologarki lokal, studi ini akan mengambil posisi yang belum dikaji secara spesifik yakni modalitas pasangan calon. Studi ini akan secara spesifik mengkaji tentang kemenangan Pramono-Rano pada Pilkada Provinsi Daerah Khusus Jakarta tahun 2024 dengan pendekatan teori modalitas (Bourdeau, 1986).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis-interpretatif, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam makna, proses, serta dinamika sosial-politik yang melatarbelakangi kemenangan pasangan Pramono-Rano pada Pemilihan Kepala Daerah Provinsi Daerah Khusus Jakarta Tahun 2024. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti mengeksplorasi persepsi aktor politik, strategi kampanye, mobilisasi dukungan, serta konteks sosial-politik pemilih secara holistik (Creswell & Poth, 2018; Denzin & Lincoln, 2018). Selain itu, pendekatan ini relevan untuk menelaah fenomena politik elektoral yang bersifat kompleks, kontekstual, dan sarat makna, sehingga tidak dapat direduksi hanya pada variabel kuantitatif semata (Bryman, 2016; Given, 2018). Desain penelitian yang digunakan adalah studi kasus kualitatif (*qualitative case study*).Studi kasus dipilih karena penelitian ini berfokus secara mendalam pada satu fenomena spesifik, yaitu modalitas kemenangan pasangan Pramono-Rano dalam konteks Pilkada Provinsi Daerah Khusus Jakarta Tahun 2024, sebagai sebuah kasus politik lokal yang unik, kompleks, dan kontekstual (Stake, 2010; Yin, 2018). Adapun teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini meliputi; observasi dan wawancara partisipatif terbatas (Creswell, 2014; Kvale & Brinkmann, 2015; Spradley, 2016; Creswell & Poth, 2018). Teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif yang meliputi tiga tahapan utama: Reduksi data, Penyajian data (*data display*), serta Penarikan kesimpulan dan verifikasi (Miles et al., 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan diuraikan mengenai modalitas dalam pemenangan Pramono-Rano pada Pilkada Provinsi Daerah Khusus Jakarta tahun 2024 ke dalam empat sub bahasan merujuk pada indikator teori modalitas (Bourdeau, 1986) yang terdiri atas; modal sosial, modal ekonomi, modal budaya, dan modal simbolik.

A. Modal Sosial Pramono-Rano

Modal sosial adalah jumlah sumber daya, aktual atau maya, yang bekumpul pada seorang individu atau kelompok karena memiliki jaringan tahan lama berupa hubungan timbal balik perkenalan dan pengakuan yang sedikit banyak terinstitusionalisasikan (Harker 2009). Dalam praktik politik, modal sosial bukan modal yang dapat dibangun dalam waktu yang singkat, dan tidak selalu dibangun oleh aktor politik itu sendiri melainkan bisa saja berasal dari orang tua atau keturunannya yang lain. Semakin kuat modal sosial yang dimiliki maka potensi memperoleh dukungan masyarakat semakin besar.

Kemenangan Pramono-Rano pada Pilkada Provinsi Jakarta tahun 2024 menunjukkan pemanfaatan jaringan sosial yang luas untuk membangun dukungan politik yang solid. Modal sosial ini tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui proses yang relatif panjang dan terstruktur sejak awal masa pencalonan hingga menjelang hari pemungutan suara. Pada tahap awal, tim pemenangan Pramono-Rano mulai mengonsolidasikan jaringan internal partai, khususnya struktur PDI Perjuangan hingga tingkat ranting di kelurahan, yang kemudian diperluas dengan melibatkan relawan berbasis komunitas seperti jaringan RT/RW, kelompok pengajian, serta komunitas warga Betawi yang memiliki pengaruh kultural di Jakarta. Ikatan sosial ini semakin diperkuat melalui kegiatan-kegiatan tatap muka seperti kunjungan ke kampung-kampung kota, dialog warga, serta kehadiran dalam acara sosial-keagamaan (misalnya pengajian, kegiatan posyandu, dan forum warga), yang memungkinkan terbangunnya hubungan interpersonal berbasis kepercayaan (*trust*) dan kedekatan emosional.

Secara empiris, di sejumlah wilayah seperti Kota Administratif Jakarta Timur dan Jakarta Utara, relawan lokal yang berasal dari tokoh masyarakat setempat berperan sebagai broker sosial yang menjembatani komunikasi antara kandidat dan pemilih, sekaligus memperkuat legitimasi sosial pasangan Pramono-Rano di tingkat akar rumput. Figur Rano Karno, yang memiliki kedekatan historis dengan budaya Betawi dan dikenal luas melalui perannya di dunia hiburan, dimanfaatkan secara strategis untuk membangun ikatan kultural dengan komunitas lokal, terutama dalam kegiatan berbasis kebudayaan dan keagamaan. Sementara itu, Pramono Anung

menggunakan jejaring politik dan birokrasi yang telah dibangun selama kariernya untuk menjangkau kelompok-kelompok profesional dan kelas menengah perkotaan. Pada fase kampanye intensif, jaringan sosial ini dimobilisasi secara sistematis melalui pendekatan *door-to-door*, penyebaran pesan kampanye melalui grup *WhatsApp* komunitas, serta penguatan relasi antar-relawan di tingkat lingkungan, sehingga menciptakan efek penguatan berantai (*network effect*) dalam penyebaran dukungan.

Pemanfaatan ikatan sosial ini menunjukkan bahwa kemenangan Pramono–Rano tidak hanya bertumpu pada dukungan formal partai politik, tetapi juga pada keberhasilan mereka dalam mengaktivasi modal sosial berbasis kepercayaan, norma, dan jaringan sosial yang hidup di masyarakat Jakarta. Melalui keterlibatan aktif tokoh masyarakat, organisasi lokal, dan kelompok pemuda, pasangan ini mampu membangun kredibilitas yang tidak hanya bersifat politis, tetapi juga sosial-kultural. Dengan demikian, modal sosial berfungsi sebagai instrumen strategis yang menjembatani hubungan antara kandidat dan pemilih, sekaligus memperkuat efektivitas kampanye di berbagai lapisan masyarakat secara organik dan berkelanjutan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemenangan Pramono-Rano pada Pilkada Provinsi Daerah Khusus Jakarta tahun 2024 berhasil memanfaatkan kombinasi pendekatan digital dan langsung untuk menjangkau pemilih. Mereka mengoptimalkan media sosial untuk memperluas jangkauan pesan kampanye, dengan konten yang menarik dan relevan, serta interaksi yang aktif dengan pemilih. Selain itu, strategi door-to-door dan kunjungan ke tokoh masyarakat juga menjadi bagian penting dalam menciptakan kedekatan dengan warga Jakarta. Melalui pendekatan personal, Pramono-Rano berusaha mendengarkan langsung aspirasi masyarakat, yang membangun kepercayaan dan legitimasi politik.

Hasil penelitian di lapangan menyoroti pentingnya modal sosial dalam membangun kepercayaan publik terhadap kampanye Pramono-Rano. Dalam hal ini, pasangan calon memanfaatkan data yang valid dan akurat sebagai bagian dari upaya untuk menunjukkan komitmen mereka dalam bekerja sungguh-sungguh untuk masyarakat. Penyampaian informasi yang transparan dan bisa diakses publik melalui platform seperti TikTok menciptakan relasi sosial yang lebih terbuka, di mana pemilih merasa lebih terhubung dan lebih mudah memverifikasi informasi. Ini mencerminkan pentingnya komunikasi dua arah yang membangun interaksi sosial dan keterlibatan langsung antara kandidat dan pemilih.

Dengan menjaga konsistensi pesan dan frekuensi komunikasi, kampanye ini juga memperkuat ikatan sosial dengan pemilih, membuat mereka merasa lebih yakin terhadap niat dan kapasitas pasangan calon. Proses pembentukan ikatan sosial tersebut berlangsung secara bertahap sejak fase awal pencalonan, ketika Pramono mulai mengintensifkan komunikasi dengan berbagai kelompok masyarakat non-partai melalui pertemuan informal, silaturahmi komunitas, serta forum-forum warga di tingkat lokal yang ada di Provinsi Daerah Khusus Jakarta. Pada tahap ini, hubungan yang dibangun tidak bersifat transaksional, melainkan berbasis kedekatan personal dan keberlanjutan interaksi. Kemampuan Pramono untuk bergaul dengan berbagai kelompok, termasuk organisasi masyarakat seperti Forum Betawi Rempug (FBR) dan komunitas Boing Labi, menunjukkan bagaimana relasi sosial yang inklusif dimanfaatkan untuk menjangkau basis kultural yang beragam, khususnya masyarakat Betawi dan komunitas urban akar rumput. Keterlibatan ini tidak hanya bersifat simbolik, tetapi juga diikuti dengan kehadiran langsung dalam kegiatan sosial dan budaya yang memperkuat legitimasi sosial di mata anggota komunitas.

Memasuki fase kampanye, jaringan yang telah terbentuk tersebut kemudian diaktivasi secara lebih sistematis. Tokoh-tokoh komunitas dan pimpinan kelompok seperti FBR berperan sebagai penghubung (*social brokers*) yang membantu menyebarkan pesan kampanye dan memobilisasi dukungan di tingkat lokal. Dukungan dari kelompok-kelompok ini memperlihatkan adanya kepercayaan yang terbangun terhadap karakter dan niat politik Pramono, terutama karena pendekatan yang digunakan cenderung menghindari isu-isu sensitif seperti kesukuan dan kesenjangan ekonomi yang berpotensi memecah pemilih Jakarta yang heterogen. Sebaliknya, kampanye difokuskan pada isu-isu keseharian warga serta narasi kebersamaan, sehingga memperluas daya terima di berbagai segmen masyarakat.

Pendekatan ini kemudian berkembang menjadi keterlibatan sosial yang lebih luas menjelang masa akhir kampanye, di mana relasi antar kelompok baik komunitas lokal, organisasi masyarakat, maupun jaringan relawan saling terhubung dan memperkuat efek dukungan secara kolektif. Interaksi yang intens melalui kegiatan tatap muka, komunikasi berbasis komunitas, serta penyebaran informasi melalui jaringan informal seperti grup *WhatsApp* memperkuat kohesi sosial di antara pendukung. Secara keseluruhan, dinamika ini menunjukkan bahwa jaringan sosial yang dibangun Pramono tidak hanya berfungsi sebagai alat mobilisasi, tetapi juga sebagai fondasi kepercayaan publik yang berkelanjutan. Ikatan sosial yang terbangun secara kronologis dari tahap pendekatan awal, penguatan relasi, hingga mobilisasi jaringan menjadi elemen kunci dalam memperluas dukungan dan meningkatkan legitimasi politik pasangan Pramono-Rano dalam Pilkada Provinsi Daerah Khusus Jakarta tahun 2024.

Berdasarkan temuan di atas maka dapat dijelaskan bahwa kemenangan Pramono-Rano dalam Pilkada Provinsi Daerah Khusus Jakarta tahun 2024 tidak dapat dilepaskan dari keberhasilan mereka dalam mengaktivasi modal sosial secara sistematis dan berlapis, sebagaimana dipahami dalam kerangka teori modal sosial. Dalam perspektif teori, modal sosial merupakan akumulasi sumber daya yang lahir dari jaringan relasi yang tahan lama, berbasis kepercayaan (*trust*) dan pengakuan sosial. Hal ini terlihat jelas dalam praktik di lapangan, di mana Pramono-Rano tidak hanya mengandalkan dukungan formal partai, tetapi membangun jaringan sosial melalui struktur partai hingga tingkat akar rumput, relawan komunitas, serta kelompok kultural seperti warga Betawi.

Temuan ini sejalan dengan pandangan Putnam (1993) yang menekankan bahwa kepercayaan, norma, dan jaringan sosial merupakan prasyarat penting bagi terciptanya koordinasi dan kerjasama kolektif dalam masyarakat. Dalam konteks ini, keterlibatan aktif Pramono-Rano dalam kegiatan sosial seperti pengajian, forum warga, dan interaksi langsung melalui blusukan menunjukkan upaya membangun bonding social capital, yaitu ikatan sosial yang kuat dalam kelompok homogen. Di sisi lain, kemampuan mereka menjangkau kelompok profesional, komunitas urban, serta memanfaatkan media digital mencerminkan *bridging social capital* yang menghubungkan kelompok sosial yang berbeda. Hal ini memperkuat argumen bahwa keberhasilan elektoral tidak hanya ditentukan oleh kekuatan struktural, tetapi oleh kemampuan kandidat mengelola jaringan sosial yang beragam.

Lebih lanjut, peran tokoh masyarakat sebagai social broker dalam temuan lapangan menguatkan teori Bourdieu (1986) yang melihat modal sosial sebagai sumber daya yang dapat dikonversi menjadi kekuatan simbolik dan politik. Tokoh lokal di Jakarta Timur dan Jakarta Utara, misalnya, tidak hanya berfungsi sebagai penghubung komunikasi, tetapi juga sebagai pemberi legitimasi sosial terhadap kandidat. Fenomena ini juga konsisten dengan studi Aspinall dan Sukmajati (2016) yang menunjukkan bahwa dalam konteks Indonesia, jaringan patronase dan relasi sosial informal memainkan peran krusial dalam mobilisasi dukungan elektoral di tingkat lokal.

Selain itu, strategi kombinasi antara kampanye digital dan pendekatan langsung yang ditemukan di lapangan memperlihatkan transformasi modal sosial dalam era kontemporer. Penggunaan media sosial seperti TikTok dan WhatsApp untuk membangun komunikasi dua arah memperkuat keterlibatan pemilih, sebagaimana dijelaskan oleh Castells (2009) bahwa kekuasaan dalam masyarakat modern terbentuk melalui jaringan komunikasi. Dalam kasus Pramono-Rano, integrasi antara jaringan *offline* (komunitas, relawan, tokoh lokal) dan online (media sosial) menciptakan efek penguatan berantai (*network effect*) yang memperluas jangkauan dan memperdalam pengaruh kampanye.

Temuan mengenai pendekatan non-konfrontatif dan penghindaran isu sensitif juga menunjukkan adanya strategi reproduksi kepercayaan sosial yang adaptif terhadap karakter masyarakat Jakarta yang heterogen. Hal ini selaras dengan temuan Mietzner (2015) bahwa dalam politik Indonesia kontemporer, kandidat yang mampu membangun citra inklusif dan menghindari polarisasi cenderung lebih diterima oleh pemilih urban. Dengan demikian, keberhasilan Pramono-

Rano tidak hanya mencerminkan kekuatan jaringan sosial, tetapi juga kemampuan mereka mengelola simbol, persepsi, dan komunikasi politik secara strategis.

Secara keseluruhan, integrasi antara teori dan temuan lapangan menunjukkan bahwa kemenangan Pramono-Rano merupakan manifestasi dari optimalisasi modal sosial dalam berbagai bentuk bonding, bridging, dan bahkan *linking social capital* yang diaktivasi melalui jaringan formal dan informal. Hal ini memperkuat kesimpulan studi-studi terdahulu bahwa dalam konteks demokrasi lokal di Indonesia, faktor relasi sosial, kepercayaan, dan jaringan komunitas seringkali lebih menentukan dibandingkan kekuatan struktural semata (Aspinall & Sukmajati, 2016; Mietzner, 2015). Dengan demikian, temuan ini tidak hanya mengonfirmasi teori yang ada, tetapi juga memperkaya pemahaman tentang bagaimana modal sosial beroperasi secara konkret dalam konteks Pilkada urban seperti Jakarta.

B. Modal Ekonomi Pramono-Rano

Dalam Pilkada sudah menjadi sebuah keharusan bagi setiap kandidat untuk mempersiapkan dan menghadapi kontestasi perlu dana politik yang tidak sedikit, karena hal ini berkaitan dengan pembiayaan yang besar atau berdasarkan kebutuhan penggunaan dana politik itu sendiri (Harker 2009). Dalam konteks indikator modal ekonomi berdasarkan teori modalitas Bourdieu (1986), strategi kemenangan Pramono-Rano di Pilkada Provinsi Jakarta 2024 dapat dipahami melalui pemanfaatan sumber daya finansial yang mereka miliki. Modal ekonomi ini berperan penting dalam mendanai berbagai kegiatan kampanye, seperti penggalangan dana, iklan politik, dan penguatan jaringan pendukung.

Pada Pilkada Provinsi Daerah Khusus Jakarta tahun 2024, modal ekonomi pasangan Pramono-Rano tidak dapat dipahami semata sebagai besaran dana kampanye, melainkan sebagai kemampuan dalam mengelola, mendistribusikan, dan mengonversi sumber daya ekonomi secara efektif dan kolektif. Pasangan Pramono-Rano tercatat memiliki jumlah dana kampanye yang lebih terbatas dibandingkan pasangan Ridwan Kamil-Suswono yang didukung koalisi besar. Berdasarkan laporan penerimaan dan pengeluaran dana kampanye (LPPDK) yang dirilis oleh KPU Jakarta 4 September 2024 setidaknya pasangan RK-Suswono menempati posisi teratas dengan jumlah dana kampanye Rp.1.000.000.000, disusul Pramono-Rano dengan Rp.100.000.000, sedangkan Dharma-Kun Rp.5.000.000.

Hasil penelitian menunjukan bahwa, meskipun demikian, dengan dana kampanye yang minim, Prmono-Rano mampu memaksimalkan penggunaannya secara strategis pada kegiatan yang berdampak langsung terhadap pemilih, seperti kampanye tatap muka, konsolidasi relawan, dan produksi konten digital. Data penggunaan dana kampanye menunjukkan bahwa alokasi anggaran Pramono-Rano cenderung difokuskan pada kegiatan berbasis interaksi langsung dan komunikasi publik, seperti pertemuan terbatas, kunjungan komunitas, alat peraga kampanye sederhana, serta operasional tim relawan di tingkat lokal. Sebaliknya, penggunaan dana untuk kampanye berbiaya tinggi seperti iklan media massa skala besar dan kampanye akbar relatif lebih terbatas. Fakta ini menunjukkan adanya strategi efisiensi anggaran yang menekankan pada pendekatan *low-cost but high-impact campaign*, di mana efektivitas komunikasi lebih diutamakan daripada skala pengeluaran.

Penggunaan anggaran yang minim oleh Pramono–Rano terlihat dari berbagai kegiatan kampanye yang relatif berbiaya rendah namun memiliki dampak langsung terhadap pemilih. Salah satu bentuknya adalah intensitas kegiatan blusukan ke permukiman padat dan kampung kota, di mana pasangan calon maupun timnya hadir dalam forum warga, diskusi RT/RW, serta kegiatan sosial seperti pengajian dan pertemuan komunitas tanpa memerlukan biaya logistik besar. Selain itu, kampanye juga banyak dilakukan melalui pemanfaatan media sosial berbasis konten organik, seperti video pendek di TikTok dan Instagram yang diproduksi secara sederhana oleh tim relawan tanpa biaya produksi tinggi, namun mampu menjangkau audiens luas melalui mekanisme berbagi (*sharing*) dan partisipasi pengguna.

Upaya lainnya yang dilakukan oleh Pramono-Rano adalah dengan menggunakan rumah warga, posko relawan, dan balai komunitas sebagai lokasi kampanye, sehingga tidak memerlukan penyewaan tempat skala besar. Bahkan, distribusi alat peraga kampanye seperti stiker dan pamflet

sering dilakukan secara swadaya oleh relawan di tingkat lingkungan. Kegiatan-kegiatan ini menunjukkan bahwa strategi kampanye Pramono-Rano lebih menitikberatkan pada kedekatan sosial dan interaksi langsung dibandingkan mobilisasi sumber daya finansial besar, sehingga mampu menghasilkan dampak elektoral yang signifikan meskipun dengan keterbatasan anggaran.

Di sisi lain, dengan keterbatasan yang ada, Promono-Rano terbanru oleh para kader PDI Perjuangan bukan hanya dalam bentuk uang melainkan tenaga, waktu, dan ide sebagai sumbangan, seperti membantu menyebarkan materi kampanye atau memberikan pemikiran untuk strategi yang lebih efektif. Ini menunjukkan bahwa modal ekonomi dalam politik tidak hanya soal uang, tapi juga tentang bagaimana setiap orang bisa berkontribusi dengan cara lain.

Konsep gotong royong juga terlihat jelas, di mana setiap anggota partai menyumbangkan apa yang mereka bisa, baik itu tenaga fisik seperti mendistribusikan stiker, atau ide untuk mengembangkan kampanye. Hal ini menekankan bahwa dalam kontestasi politik, kesadaran kolektif dan kontribusi dari setiap individu sangat penting. Dengan demikian, modal ekonomi di sini adalah bagaimana semua elemen dalam partai bekerja sama menggunakan berbagai sumber daya yang ada untuk mendukung kemenangan bersama. Meskipun sebagian besar dukungan finansial datang dari mereka yang memiliki hubungan dengan partai atau pribadi, ada juga kontribusi sukarela dari individu yang mendukung kampanye. Salah satu contoh adalah tim pemuda yang berpartisipasi dalam kampanye tanpa biaya besar, seperti membuat template stiker atau menyebarkan survei untuk mengetahui pendapat Gen Z.

Temuan di lapangan juga menunjukan bahwa modal ekonomi terlihat bukan sebagai dominasi uang, melainkan sebagai pengelolaan sumber daya secara kolektif. Dukungan dari tokoh-tokoh besar memang ada, namun tidak ditonjolkan sebagai faktor utama dalam kerja tim. Yang lebih menonjol justru semangat gotong royong, di mana tim bekerja dengan mengandalkan tenaga, waktu, dan komitmen bersama. Modal ekonomi di sini diwujudkan dalam bentuk "keringat" dan kerja nyata di lapangan, bukan semata-mata pembiayaan kampanye. Sikap tidak berorientasi pada imbalan menunjukkan bahwa sumber daya ekonomi dimaknai sebagai pengabdian untuk tujuan politik bersama. Dengan demikian, modal ekonomi dalam konteks ini terakumulasi melalui kerja kolektif dan legitimasi moral yang kemudian diterima oleh masyarakat. Besar atau kecilnya dana akan sangat bergantung pada bagaimana dana tersebut dikelola dan dimanfaatkan dalam strategi kampanye.

Temuan lapangan menunjukkan bahwa modal ekonomi dalam strategi kemenangan Pramono-Rano pada Pilkada Provinsi Daerah Khusus Jakarta tahun 2024 tidak beroperasi dalam logika konvensional yang menekankan dominasi finansial, melainkan dalam bentuk efisiensi, konversi, dan kolektivitas sumber daya. Dalam perspektif modal ekonomi, meskipun pasangan ini memiliki dana kampanye yang relatif lebih kecil dibandingkan pesaingnya, mereka mampu mengoptimalkan penggunaannya pada aktivitas yang berdampak langsung terhadap pemilih, seperti kampanye tatap muka, konsolidasi relawan, dan produksi konten digital. Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas penggunaan modal ekonomi lebih menentukan dibandingkan besaran nominalnya.

Secara teoritis, temuan ini sejalan dengan pemikiran Bourdieu (1986) yang menyatakan bahwa modal ekonomi tidak bersifat statis, melainkan dapat dikonversi menjadi bentuk modal lain, seperti modal sosial dan simbolik. Dalam kasus Pramono-Rano, keterbatasan dana justru mendorong terjadinya konversi modal ekonomi menjadi modal sosial melalui praktik gotong royong, partisipasi relawan, dan keterlibatan komunitas. Aktivitas seperti blusukan, penggunaan rumah warga sebagai lokasi kampanye, serta distribusi alat peraga secara swadaya menunjukkan bagaimana sumber daya ekonomi yang terbatas diubah menjadi kekuatan sosial yang lebih luas dan efektif. Dengan demikian, modal ekonomi tidak bekerja secara langsung, tetapi melalui mekanisme mediasi berupa jaringan sosial dan kepercayaan publik.

Lebih lanjut, fenomena kontribusi non-finansial seperti tenaga, waktu, dan ide dari kader partai dan relawan memperkuat argumen bahwa modal ekonomi dalam politik bersifat multidimensional. Hal ini dapat dijelaskan melalui pendekatan Becker (1964) yang menekankan bahwa sumber daya manusia termasuk keterampilan, waktu, dan kreativitas merupakan bentuk

modal yang memiliki nilai ekonomi. Dalam konteks ini, keterlibatan relawan muda dalam produksi konten digital dan distribusi informasi kampanye menjadi substitusi efektif terhadap keterbatasan dana sekaligus meningkatkan efisiensi kampanye.

Selain itu, penggunaan media sosial berbasis konten organik menunjukkan adanya transformasi dalam penggunaan modal ekonomi di era digital. Hal ini sejalan dengan pandangan Castells (2009) yang menekankan bahwa kekuasaan dalam masyarakat modern terbentuk melalui jaringan komunikasi. Dalam konteks ini, biaya produksi konten yang relatif rendah namun memiliki jangkauan luas memungkinkan kandidat untuk mengurangi ketergantungan pada kampanye berbiaya tinggi, sekaligus memperluas pengaruh politik secara signifikan.

C. Modal Budaya Pramono-Rano

Modal kultur/budaya merupakan keseluruhan kualifikasi intelektual yang bisa diproduksi melalui pendidikan formal maupun warisan keluarga, hasil pendidikan formal bisa berupa kemampuan menampilkan diri di depan publik, memiliki benda-benda budaya bernilai tinggi, pengetahuan dan keahlian tertentu. Selain itu, modal kultur juga dapat berupa kemampuan menulis, cara pembawaan dan cara bergaul dan berperan dalam penentuan kedudukan sosial. Dengan demikian modal kultur/budaya merupakan representasi kemampuan intelektual yang bekaitan dengan aspek logika, etika, maupun estetika (Harker 2009).

Dalam konteks indikator modal budaya strategi kemenangan Pramono-Rano pada Pilkada Provinsi Jakarta 2024 dapat dipahami melalui kapasitas intelektual dan simbolik yang melekat pada figur serta tim pendukungnya. Modal budaya tercermin dari kemampuan kandidat dalam berkomunikasi secara efektif di ruang publik, menampilkan sikap yang sesuai dengan nilai, etika, dan estetika masyarakat Jakarta. Latar belakang pendidikan, pengalaman organisasi, serta kecakapan dalam menyampaikan gagasan politik menjadi sumber penting dalam membangun kepercayaan pemilih. Selain itu, cara berpenampilan, gaya berbicara, dan kemampuan beradaptasi dengan beragam kelompok sosial menunjukkan penguasaan habitus yang relevan dengan konteks perkotaan. Modal budaya ini juga tampak dalam kemampuan tim kampanye merancang pesan politik yang rasional, santun, dan mudah diterima oleh berbagai lapisan masyarakat. Dengan demikian, modal budaya berperan signifikan dalam memperkuat citra kandidat dan meningkatkan daya tarik politik Pramono-Rano di tengah kompetisi Pilkada Jakarta 2024.

Temuan penelitian di lapangan menunjukkan bahwa modal budaya dimanfaatkan sebagai bagian penting dalam strategi kampanye Pramono-Rano. Upaya mengangkat budaya Betawi melalui ornamen, simbol, dan kegiatan publik menunjukkan adanya pemahaman terhadap identitas lokal masyarakat Jakarta. Pendekatan ini tidak sekadar menampilkan budaya sebagai hiasan, tetapi juga sebagai bentuk penghormatan terhadap nilai sejarah dan tradisi setempat. Pada saat yang sama, pesan budaya tersebut disesuaikan dengan karakter Jakarta sebagai kota modern dan pusat aktivitas politik nasional.

Budaya Jakarta, yang berakar kuat pada budaya Betawi sebagai budaya asli, mencerminkan perpaduan nilai tradisional dan kosmopolitan. Unsur-unsur seperti ondel-ondel, lenong, tanjidor, serta busana adat Betawi menjadi simbol identitas lokal yang sarat makna historis dan kultural. Selain itu, budaya Jakarta juga ditandai oleh karakter masyarakat yang plural, terbuka, komunikatif, dan adaptif terhadap perubahan. Dengan demikian, budaya Jakarta tidak hanya dipahami sebagai warisan tradisional, tetapi juga sebagai representasi dinamika sosial perkotaan yang modern dan inklusif.

Gambar 1. Photo Kampanye Pramono-Rano dengan Menampilkan Ornamen Betawi

Sumber: www.tribunews.com, 2024

Internalisasi budaya Jakarta dalam kampanye Pramono-Rano tampak melalui penggunaan simbol-simbol visual yang merepresentasikan identitas Betawi. Misalnya, pemanfaatan ornamen ondel-ondel, motif batik Betawi, serta elemen visual khas Jakarta dalam materi kampanye menjadi strategi untuk membangun kedekatan emosional dengan masyarakat. Simbol-simbol ini berfungsi sebagai penanda kultural yang mudah dikenali sekaligus memperkuat legitimasi kandidat sebagai bagian dari masyarakat Jakarta. Selain simbol, penggunaan warna dalam kampanye juga mencerminkan internalisasi budaya Jakarta. Warna-warna cerah seperti oranye, hijau, dan kuning yang identik dengan budaya Betawi digunakan untuk menghadirkan kesan meriah, terbuka, dan membumi. Di sisi lain, warna nasional seperti merah dan putih tetap dipertahankan untuk menegaskan identitas kebangsaan. Kombinasi ini menunjukkan upaya mengintegrasikan identitas lokal dan nasional dalam satu kesatuan visual yang harmonis.

Dalam aspek narasi kampanye, internalisasi budaya Jakarta terlihat dari penggunaan bahasa yang komunikatif, egaliter, dan mencerminkan gaya bertutur Pramono-Rano yang cair dan inklusif. Narasi yang dibangun tidak hanya menekankan rasionalitas program, tetapi juga kedekatan emosional melalui pendekatan kultural. Penggunaan istilah-istilah lokal, humor khas Betawi, serta penekanan pada nilai kebersamaan dan gotong royong menjadi strategi untuk menciptakan resonansi dengan pemilih. Narasi ini juga menempatkan Jakarta sebagai ruang bersama yang multikultural, sehingga pesan kampanye mampu menjangkau berbagai kelompok sosial.

Dengan demikian, internalisasi budaya Jakarta oleh Pramono-Rano dalam bentuk simbol, warna, dan narasi kampanye menunjukkan bahwa modal budaya tidak hanya berfungsi sebagai atribut tambahan, tetapi menjadi bagian integral dari strategi politik. Pendekatan ini memperkuat citra kandidat sebagai figur yang tidak hanya memiliki kapasitas intelektual, tetapi juga sensitivitas kultural terhadap identitas dan dinamika masyarakat Jakarta. Pemilihan simbol, warna, serta narasi kampanye menunjukkan kemampuan Pramono-Rano dan tim pemangan dalam membaca selera dan latar belakang sosial pemilih yang beragam.

Temuan penelitian juga menunjukan bahwa modal budaya dimanfaatkan oleh Pramono-Rano melalui tradisi seperti palang pintu, penggunaan cukin, serta elemen lagu lokal menjadi cara untuk menegaskan identitas budaya Jakarta. Simbol-simbol tersebut berfungsi sebagai media komunikasi yang mudah dipahami oleh masyarakat setempat. Penggunaan lagu kampanye yang disebarkan melalui media sosial menunjukkan upaya menggabungkan budaya lokal dengan saluran komunikasi modern. Pendekatan ini membuat pesan kampanye terasa dekat dengan keseharian pemilih, khususnya generasi muda. Dengan demikian, modal budaya berperan sebagai sarana untuk memperkuat identitas lokal sekaligus meningkatkan daya tarik kampanye.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi kampanye Pramono-Rano yang memanfaatkan simbol, warna, dan narasi budaya Betawi dapat dijelaskan melalui teori modal

budaya Pierre Bourdieu, khususnya dalam bentuk *embodied* dan *objectified cultural capital*. Kemampuan kandidat dalam berkomunikasi, berpenampilan, serta penggunaan simbol budaya seperti ondel-ondel dan palang pintu mencerminkan habitus yang disesuaikan dengan konteks sosial masyarakat Jakarta (Bourdieu, 1986; Harker, 2009). Selain itu, penggunaan simbol dan estetika kampanye memperkuat argumen dalam teori symbolic politics yang menyatakan bahwa simbol budaya mampu membangun makna politik yang mudah dipahami dan emosional bagi pemilih (Edelman, 1964). Studi terdahulu juga menunjukkan bahwa kandidat yang mampu mengartikulasikan identitas lokal melalui simbol dan gaya komunikasi memiliki peluang lebih besar dalam membangun kedekatan sosial dan kepercayaan publik (Geertz, 1973; Aspinall & Sukmajati, 2016).

Lebih lanjut, integrasi budaya Betawi dengan media kampanye modern seperti lagu dan distribusi digital menunjukkan relevansi dengan konsep *mediatization of politics*, di mana praktik politik beradaptasi dengan logika media dan budaya populer (Hjarvard, 2008). Penggunaan warna khas Betawi yang dikombinasikan dengan warna nasional juga mencerminkan strategi *political branding* berbasis identitas ganda (lokal dan nasional), sebagaimana dijelaskan dalam studi komunikasi politik visual (Kress & Leeuwen, 2006). Temuan ini sejalan dengan penelitian tentang politik lokal di Indonesia yang menekankan pentingnya kearifan lokal sebagai sumber legitimasi elektoral, di mana simbol budaya, bahasa daerah, dan tradisi menjadi instrumen efektif dalam menarik pemilih (Aspinall, 2015; Mietzner, 2013). Dengan demikian, modal budaya dalam kampanye Pramono-Rano tidak hanya berfungsi sebagai ornamen, tetapi menjadi strategi substantif yang memperkuat posisi kandidat dalam memangkan kontestasi di Pilkada Provinsi Daerah Khusus Jakarta tahun 2024.

D. Modal Simbolik Pramono-Rano

Bentuk-bentuk simbolik dapat berupa bahasa, kodekode pakaian, dan postur tubuh. Bourdieu menganggap hal tersebut tidak hanya memiliki fungsi kognitif simbol-simbol, malainkan melihat fungsi sosial dari simbol-simbol tersebut. Arti simbol di sini adalah semua bentuk pengakuan kelompok, baik secara institusional atau noninstitusional. Simbol ini dimaksudkan memiliki kekuatan untuk mengkonstruksi realitas, yang mampu menggiring orang-orang untuk mempercayai, mengakui dan mengubah pandangan mereka tentang realitas seseorang ataupun kelompok tetentu.

Dilihat dari teori modalitas Bourdieu (1986), modal simbolik memiliki peran besar dalam menentukan kemenangan politik. Modal ini muncul dari cara kandidat menampilkan wibawa, kepercayaan, dan pengakuan di ruang publik. Bahasa yang digunakan, cara berpakaian, hingga sikap tubuh secara tidak langsung membentuk kesan kepemimpinan di mata masyarakat. Simbol-simbol tersebut bekerja bukan hanya sebagai penanda visual, tetapi juga sebagai alat untuk membangun kepercayaan sosial. Ketika masyarakat menerima simbol itu, kandidat memperoleh legitimasi baik secara formal maupun informal. Dengan demikian, modal simbolik membantu membentuk persepsi publik dan memperkuat posisi kandidat dalam persaingan politik.

Hasil penelitian menunjukan bahwa modal simbolik Pramono-Rano dibangun sejak sebelum masa kampanye berlangsung. Kehadiran mereka dalam menyentuh berbagai persoalan masyarakat lebih dulu membuat publik mengenal dan menilai keseriusan mereka. Pengalaman dan rekam jejak tersebut kemudian menjadi simbol kepercayaan di mata masyarakat. Saat kampanye resmi dimulai, kehadiran mereka terasa lebih nyata karena sudah didukung oleh pengalaman sebelumnya. Hal ini membuat masyarakat memandang Pramono-Rano sebagai figur yang benar-benar peduli terhadap Jakarta. Dengan demikian, modal simbolik mereka terbentuk melalui konsistensi tindakan yang menumbuhkan legitimasi dan kepercayaan publik.

Pengalaman panjang dalam jabatan publik ikut membentuk citra kepemimpinan yang kuat dan dapat dipercaya. Tidak adanya persoalan sensitif terkait suku atau agama juga membuat penerimaan publik menjadi lebih luas. Kehadiran mereka pun terasa lebih wajar karena didukung rekam jejak yang jelas. Dengan demikian, modal simbolik Pramono-Rano terbentuk melalui proses panjang yang menumbuhkan legitimasi dan kepercayaan masyarakat.

Riwayat Pramono sebagai Sekretaris Jenderal partai dan Sekretaris Kabinet dua periode membentuk persepsi publik bahwa ia memiliki kapasitas dan kewenangan yang kuat dalam tata kelola pemerintahan. Jaringan komunikasi yang luas dengan berbagai tokoh nasional turut memperkuat citra Pramono sebagai figur yang mudah diterima di berbagai kalangan politik. Pada fase awal, rendahnya elektabilitas dan strategi yang cenderung senyap menunjukkan bahwa modal simbolik tersebut belum sepenuhnya terlihat di permukaan. Namun, ketika pengalaman, relasi politik, dan strategi kampanye dijalankan secara terarah, dukungan publik meningkat dengan cepat. Kondisi ini memperlihatkan bahwa modal simbolik Pramono-Rano bekerja secara bertahap dan efektif dalam membangun legitimasi serta kepercayaan masyarakat.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa modal simbolik Pramono-Rano juga dikonstruksi melalui strategi penampilan publik yang terkelola secara sadar dan konsisten. Dalam berbagai kegiatan kampanye, keduanya kerap tampil dengan busana yang menggabungkan unsur formal dan kultural, seperti penggunaan pakaian bernuansa Betawi atau busana santai yang mencerminkan kedekatan dengan warga. Selain itu, gaya komunikasi yang tenang, tidak konfrontatif, dan cenderung merangkul memperkuat citra sebagai pemimpin yang inklusif dan berpengalaman. Kehadiran mereka dalam kegiatan sosial seperti blusukan ke permukiman, menghadiri acara budaya Betawi, hingga interaksi langsung dengan komunitas urban menunjukkan upaya membangun simbol kedekatan dan kepedulian. Strategi ini diperkuat melalui dokumentasi visual di media sosial yang menampilkan gestur tubuh, ekspresi, dan interaksi yang humanis, sehingga memperkuat persepsi publik terhadap autentisitas dan kredibilitas kandidat. Dengan demikian, modal simbolik Pramono-Rano tidak hanya terbentuk dari latar belakang dan jabatan formal, tetapi juga dari praktik representasi diri di ruang publik yang secara konsisten membangun makna kepemimpinan yang dekat, berwibawa, dan dapat dipercaya.

Berdasarkan pada perspektif teori modalitas Bourdieu (1986), modal simbolik Pramono-Rano terbentuk dari proses panjang yang melibatkan pengalaman, pengakuan publik, dan kepercayaan sosial yang terus terbangun. Rekam jejak politik yang kuat serta kehadiran mereka dalam berbagai ruang publik membuat masyarakat memandang keduanya sebagai figur yang memiliki wibawa dan kapasitas kepemimpinan. Modal simbolik ini tidak langsung terlihat dalam bentuk popularitas, tetapi bekerja secara perlahan sebagai sumber legitimasi. Pada awalnya, rendahnya elektabilitas menunjukkan bahwa kepercayaan tersebut belum sepenuhnya terkonversi menjadi dukungan politik. Namun, ketika pengalaman, jaringan, dan strategi kampanye dijalankan secara selaras, modal simbolik itu mulai diterjemahkan menjadi peningkatan dukungan masyarakat. Kondisi ini memperlihatkan bahwa modal simbolik berperan penting dalam membangun kepercayaan dan menguatkan posisi Pramono-Rano dalam persaingan politik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa kemenangan Pramono-Rano pada Pilkada Provinsi Daerah Khusus Jakarta tahun 2024 merupakan hasil dari optimalisasi empat bentuk modalitas sebagaimana dijelaskan dalam teori Bourdieu (1986), yaitu modal sosial, ekonomi, budaya, dan simbolik yang bekerja secara saling terkait dan konversif. Modal sosial menjadi fondasi utama melalui pembentukan jaringan yang terstruktur dari tingkat partai hingga komunitas lokal, termasuk keterlibatan tokoh masyarakat, relawan, dan organisasi berbasis kultural seperti komunitas Betawi. Modal ekonomi tidak beroperasi dalam logika dominasi finansial, melainkan melalui efisiensi dan kolektivitas sumber daya, di mana keterbatasan dana justru dikonversi menjadi kekuatan sosial melalui gotong royong, partisipasi relawan, dan pemanfaatan media digital berbiaya rendah. Sementara itu, modal budaya dimanfaatkan melalui internalisasi nilai-nilai budaya Betawi dalam simbol, warna, dan narasi kampanye yang mampu membangun kedekatan emosional dengan pemilih, sekaligus menyesuaikannya dengan karakter Jakarta yang modern dan multikultural. Di sisi lain, modal simbolik terbentuk dari rekam jejak, pengalaman politik, serta representasi diri kandidat yang konsisten di ruang publik, sehingga menghasilkan legitimasi, kepercayaan, dan persepsi kepemimpinan yang kuat di mata masyarakat.

Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa kemenangan Pramono-Rano tidak ditentukan oleh satu faktor dominan, melainkan oleh kemampuan mengintegrasikan berbagai bentuk modal secara strategis dalam konteks politik urban yang kompleks. Modal sosial menjadi penggerak awal, yang kemudian diperkuat oleh konversi modal ekonomi, diperdalam melalui modal budaya, dan dilegitimasi oleh modal simbolik. Kombinasi ini menghasilkan strategi kampanye yang adaptif, inklusif, dan efektif dalam menjangkau pemilih Jakarta yang heterogen. Dengan demikian, penelitian ini memperkuat argumen bahwa dalam konteks demokrasi lokal di Indonesia, khususnya di wilayah urban seperti Jakarta, keberhasilan elektoral sangat ditentukan oleh kemampuan kandidat dalam mengelola relasi sosial, membangun makna simbolik, serta mengintegrasikan identitas lokal dengan pendekatan politik modern.

Meskipun penelitian ini telah memberikan gambaran komprehensif mengenai modalitas kemenangan Pramono–Rano, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu dicermati. Pertama, penelitian ini masih terbatas pada pendekatan kualitatif studi kasus sehingga belum mampu mengukur secara kuantitatif sejauh mana kontribusi masing-masing modal terhadap kemenangan elektoral. Kedua, fokus penelitian lebih banyak menyoroti perspektif kandidat dan tim kampanye, sehingga belum sepenuhnya menggali persepsi pemilih secara luas, khususnya dari kelompok yang tidak memilih pasangan tersebut. Ketiga, dinamika penggunaan media digital dan pengaruh algoritma dalam membentuk preferensi politik belum dianalisis secara mendalam sebagai bagian dari transformasi modal sosial dan budaya di era kontemporer. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan pendekatan mixed methods guna mengukur pengaruh relatif masing-masing modal secara lebih terukur, serta memperluas cakupan responden untuk menangkap variasi perilaku pemilih secara lebih representatif. Selain itu, studi lanjutan juga dapat mengkaji secara lebih spesifik peran media sosial, big data, dan strategi komunikasi digital dalam mengonversi modal budaya dan simbolik menjadi dukungan elektoral.

DAFTAR PUSTAKA

Anand, P. K., & Reddy, S. (2024). Psychosocial Factors Influencing Voting Behavior. *Journal of Social Science and Humanities*, 6(10), pp.153-157. https://doi.org/10.53469/jssh.2024.6(10).28

Angela, S., & Nissa, F. (2025). First-Time Voters and Social Media: Exploring Factors Influencing Political Preferences, *Nahkoda: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 24(1), pp.27-38. https://orcid.org/0009-0009-6431-730X

Aspinall, E. (2015). *Oligarchy and Democracy in Indonesia*. Singapore: ISEAS

Aspinall, E., & Sukmajati, M. (2016). *Electoral Dynamics in Indonesia: Money Politics, Patronage and Clientelism at the Grassroots*. Singapura: NUS Press.

Becker, G. S. (1964). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis*. University of Chicago Press.

Bourdieu, P. (1986). *The Forms of Capital. In J. G. Richardson* (Ed.), Handbook of Theory and Research for The Sociology of Education (pp. 241–258). New York, NY: Greenwood Press.

Bryman, A. (2016). *Social Research Methods* (5th ed.). Oxford: Oxford University Press.

Castells, M. (2009). *Communication Powe*r. Oxford: Oxford University Press.

Buehler, M. (2013). Married With Children: Local Elites and Islamist Mobilization in Post-New Order Indonesia. *Asian Studies Review*, 37(3), 257–273. https://soas-repository.worktribe.com/output/363794

Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.

Cutts, D., Goodwin, M., Heath, O., & Surridge, P. (2020). Brexit, The 2019 General Election and The Realignment of British Politics. *The Political Quarterly*, 91(1), pp.7–23. https://doi.org/10.1111/1467-923X.12815

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (5th ed.). SAGE Publications.

Edelman, M. (1964). *The Symbolic Uses of Politics.* Urbana: University of Illinois Press.

Fossati, D. (2025). What Drives Voting Behavior in Southeast Asia?. *SAGE Journal*, 44(3), pp.436-460. https://doi.org/10.1177/18681034251334253

Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books.

Given, L. M. (2018). *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods*. SAGE Publications.

Hadiz, V. R. (2010). *Localising Power in Post-authoritarian Indonesia: A Southeast Asia Perspective*. Stanford University Press.

Harker, Richard. (2009). *Habitus x Modal + Ranah = Praktik : Pengantar Paling Komprehensif Kepada Pemikiran Pierre Bourdieu*. ed. Pipit Maizier. Yogyakarta: Jalasutra.

Hjarvard, S. (2008). The Mediatization of Society. *Nordicom Review,* 29(2), 105–134. https://doi.org/10.1515/nor-2017-0181

Hunawa, R., & Polinggapo, J. (2025). Socio-Psychological Factors in Voting Behavior and Electoral Democracy. *Public Policy Journal*, 6(1), hal. 40-63. http://dx.doi.org/10.37905/ppj.v6i1.2872

Johnston, R., Pattie, C., & Manley, D. (2021). Spatial Patterns and National Influence in British Local Elections. *British Journal of Politics and International Relations*, 23(3), pp.435–452. https://doi.org/10.1111/geoj.12171

Komarudin, A., Suryani, L., & Firmansyah, D. (2025). Politik Uang dan Dinamika Kemenangan Kandidat Dalam Pemilihan Kepala Daerah: Studi Kasus Pilkada Kabupaten Subang. *Jurnal Hukum Unissula*, 41(2), hal.55–78. https://dx.doi.org/10.26532/jh.v41i2.44163

Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London: Routledge.

Krochmal, M. (2020). *Predicting Local and National Election Results Using Social Media Sentiment and Socio-Economic Data: Evidence From Poland*. ArXiv Preprint.

Kulachai, W., Lerdtomornsakul, U., & Homyamyen, P. (2023). Factors Influencing Voting Decision: A Comprehensive Review. *Social Sciences*, 12(9). https://doi.org/10.3390/socsci12090469

Kvale, S., & Brinkmann, S. (2015). *InterViews: Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing* (3rd ed.). SAGE Publications.

Lapinji, A., Wahyudi, A., & Nurhadi, M. (2024). Persepsi Masyarakat Terhadap Politik Uang Dalam Pemilihan Kepala Daerah di Indonesia. *International Journal of Humanities, Education and Social Sciences (IJHESS)*, 4(2), pp.101–115.

Madukpe, O.O., Adebola, S.A., & Lawal, M. A. (2025). *Socio-Economic Determinants of Local Election Outcomes in Nigeria: Evidence From Machine Learning Analysis*. ArXiv Preprint.

Mietzner, Marcus. (2013). *Money, Power, and Ideology: Political Parties in Post-Authoritarian Indonesia*. Singapore: NUS Press.

Mietzner, M. (2015). *Reinventing Asian Populism: Jokowi's Rise and Democratic Contestation.* Singapore: Honolulu: East-West Center

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.

Musil, A.P. (2020). Explaining Electoral Volatility and Local Political Change in Turkey. *Southeast European and Black Sea Studies*, 20(4), pp.603–626.

Özbudun, E. (2019). Turkey's Local Elections: Fragmentation, Polarization, and Regime Change. *Turkish Studies*, 20(4), pp.505–520.

Prayitno, A., & Malindir, G. O. (2025). Faktor Elektoral dan Persepsi Kolektif : Studi Explanatory Sequential atas Kemenangan Paslon Pramono-Rano di Pilkada DKI Jakarta 2024. *Jurnal Reformasi,* 15(2), 292-306. https://dx.doi.org/10.33366/rfr.v15i2.6952

Putnam, R. D. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy.* Princeton University Press.

Sarkandiz, M. R. (2021). Are They Willing to Participate? A Review on Behavioral Economics Approach to Voters Turnout. *Journal of Economics and Political Economy*, 8(1), 43–57. https://journals.econsciences.com/index.php/JEPE/article/view/2169

Şener, T., Balku, Y., Alkan, YS., Dorus, S., & Okudan, D.K. (2023). The Socio-Psychological Factors Affecting Voting Behaviour. *PMC Journal*, 14(2). https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1218104

Spradley, J. P. (2016). *Participant Observation*. Waveland Press.

Stake, R. E. (2010). *Qualitative Research: Studying How Things Work*. Guilford Press.

The Electoral Commission. (2024). *Local Elections in England: Official Results and Analysis*. London: The Electoral Commission.

The Guardian. (2024, May 2). *UK Local Elections 2024 Live Results: Labour Wins Mayoral and Council Seats Across England*. The Guardian.

Yilmaz, I., & Bashirov, G. (2018). The AKP After 15 Years: Emergence of Erdoganism in Turkey. *Third World Quarterly*, 39(9), 1812–1830. 10.1080/01436597.2018.1447371

Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). SAGE Publications.