



Evolusi Strategi Politik Joko Widodo dalam Lima Kontestasi Elektoral di Indonesia: Dari Pilkada Solo hingga Pengaruh pada Pilpres 2024

The Evolution of Joko Widodo's Political Strategy across Five Indonesian Electoral Contests: From the Solo Mayoral Election to the 2024 Presidential Election

Khoirun Nikmah*, UIN Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo, Indonesia

ABSTRACT

This article analyzes Joko Widodo's (Jokowi) political strategies across five electoral contests in Indonesia from 2005 to 2024. The study employs a qualitative approach using a literature review method to examine patterns of political communication, campaign strategy, and power consolidation undertaken by Jokowi. It uses an integrative theoretical framework that combines populism theory, political communication theory, and coalition theory as analytical tools. The findings indicate that Jokowi's dialogic, egalitarian, and people-oriented leadership style served as the primary foundation of his electoral success. He relied on strategies such as *blusukan* (impromptu visits to communities), social media use, and program-based campaigns focused on pro-people policies, including the restructuring of street vendors, the Jakarta Health Card (*Kartu Jakarta Sehat*), and the Jakarta Smart Card (*Kartu Jakarta Pintar*). Party consolidation and broad coalition-building further strengthened his political base, supported by digital volunteers and millennial groups. In the 2014 and 2019 presidential elections, Jokowi capitalized on his image of simplicity, closeness to the people, and endorsements from influential figures such as Jusuf Kalla and Ma'ruf Amin. Approaching the 2024 election, Jokowi's political influence remained significant despite his not running for office, with the so-called "Jokowi effect" playing a role in shaping voter support. This study argues that Jokowi's success should not be understood merely as a combination of leadership style and campaign techniques, but as a systematic integration of populist appeal, adaptive political communication, and pragmatic coalition-building. Theoretically, this research contributes to the development of electoral politics studies in Indonesia by offering an integrative analytical framework for understanding contemporary political leadership. Practically, the findings provide insights for political actors and campaign strategists in designing effective, adaptive, and context-sensitive electoral strategies.

ARTICLE HISTORY

Received 07/03/2026
Revised 22/04/2026
Accepted 15/05/2026
Published 04/06/2026

KEYWORDS

Political strategy; populism; political communication; coalition; Jokowi effect.

*CORRESPONDING AUTHOR

✉ khoirun.nikmah@uinponorogo.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.30743/mkd.v10i1.13195>

PENDAHULUAN

Joko Widodo, atau yang lebih dikenal sebagai Jokowi, mengawali karier politiknya sebagai kader PDI-P pada tahun 2004 (Nurhadi, 2023). Karier politik Jokowi dapat dikatakan relatif mulus. Berlatar belakang dunia usaha perkayuan, Jokowi berhasil memenangkan lima kontestasi elektoral, sebuah capaian yang menjadi catatan penting dalam sejarah politik Indonesia kontemporer.

Jokowi memenangkan Pilkada Solo sebanyak dua kali, yakni pada 2005 dan 2010. Pada Pilkada Solo 27 Juni 2005, ia berpasangan dengan F.X. Hadi Rudyatmo. Kemenangan Joko Widodo bersama F.X. Hadi Rudyatmo dalam Pilkada Solo 2005 dapat dipahami sebagai hasil dari strategi komunikasi politik yang efektif. Pasangan ini berhasil mengalahkan tiga kandidat lain melalui pendekatan komunikasi yang lebih dekat dengan masyarakat. Strategi yang digunakan bersifat dialogis dan partisipatif melalui praktik *blusukan*, sehingga menciptakan interaksi langsung antara pemimpin dan warga. Model komunikasi ini memungkinkan terjadinya pertukaran makna secara dua arah yang memperkuat kepercayaan publik (Pratiwi et al., 2015; Zulkarnain & Harris, 2017).

Dalam perspektif teori komunikasi politik, keberhasilan kandidat tidak hanya ditentukan oleh program kerja, tetapi juga oleh kemampuan membangun persepsi publik melalui kedekatan emosional. Jokowi membangun citra sebagai pemimpin yang sederhana dan merakyat sehingga memperkuat identifikasi pemilih terhadap dirinya. Strategi ini juga didukung oleh pemanfaatan media untuk memperluas jangkauan pesan politik dan memperkuat *political branding* (Pratiwi et al., 2015).

Pada tahun 2012, Joko Widodo berpasangan dengan Basuki Tjahaja Purnama dalam Pemilihan Gubernur DKI Jakarta. Meskipun Megawati Soekarnoputri sempat mempertimbangkan pencalonan tersebut, dukungan politik dari Prabowo Subianto turut mendorong pencalonan Jokowi. Setelah memenangkan kontestasi, Jokowi dilantik pada 15 Oktober 2012 dan menjabat hingga 2 Oktober 2014 sebelum mengundurkan diri untuk mengikuti pemilihan presiden. Selama masa kepemimpinannya, Jokowi dikenal dengan pendekatan komunikasi politik langsung melalui praktik *blusukan* untuk memahami persoalan masyarakat secara konkret. Selain itu, ia melakukan inspeksi ke berbagai instansi pemerintahan guna memastikan efektivitas pelayanan publik. Berbagai kebijakan yang diinisiasi pada periode ini antara lain Kartu Jakarta Sehat (KJS), Kartu Jakarta Pintar (KJP), serta penataan pedagang kaki lima, khususnya di kawasan Tanah Abang (Effendi et al., 2023).

Beragam penilaian terhadap kinerja Joko Widodo selama menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta muncul dari berbagai pihak. Anies Baswedan, yang saat itu terkait dengan Lembaga Survei Indonesia, menyatakan bahwa performa kepemimpinan Jokowi dinilai cukup baik. Hal ini tercermin dari tingginya tingkat kepercayaan publik. Pada tahun 2014, kondisi politik secara umum relatif stabil, meskipun tetap diwarnai dinamika dan ketegangan di antara elite partai politik, baik yang mendukung maupun yang menentang Jokowi (Hadiningtyas et al., 2014).

Pada tahun 2014, Jokowi dan Jusuf Kalla mendaftarkan diri ke KPU sebagai bakal calon presiden dan wakil presiden yang diusung oleh lima partai, yakni PDI-P, NasDem, PKB, Hanura, dan PKPI (Akuntono, 2014). Jokowi dipasangkan dengan Jusuf Kalla, mantan Ketua Umum Golkar sekaligus mantan wakil presiden pada masa pemerintahan Susilo Bambang Yudhoyono (Azanella, 2019). Pada pemilihan presiden tersebut, terdapat dua pasangan kandidat, yaitu Jokowi–Jusuf Kalla dan Prabowo–Hatta Rajasa. Komisi Pemilihan Umum menetapkan pasangan Joko Widodo dan Jusuf Kalla sebagai peraih suara terbanyak dengan 53,15%, sedangkan pasangan Prabowo–Hatta memperoleh 46,85% suara (Maharani & Aritonang, 2014).

Strategi kampanye Jokowi pada Pilpres 2014 menonjol melalui metode *blusukan*, pesta rakyat, slogan “Salam Dua Jari”, serta penggunaan baju kotak-kotak sebagai simbol kesederhanaan (Sari, 2015). Sementara itu, penelitian Baikuni dan Setiawan menunjukkan bahwa strategi kemenangan kampanye Jokowi–Ma’ruf Amin pada Pemilu 2019 dilakukan melalui strategi ofensif-defensif dan strategi promosi. Joko Widodo membangun citra positif melalui tim sukses dan media (Baikuni & Setiawan, 2024). Pada Pemilu 2019, pasangan Jokowi–Ma’ruf Amin juga mengalahkan pasangan Prabowo–Sandi. Jokowi–Ma’ruf Amin memperoleh 55,50% suara (Farisa, 2019).

Penelitian Baikuni dan Setiawan serta Kurnia Sari cenderung menjelaskan kemenangan Jokowi dalam satu periode kampanye tertentu. Belum banyak penelitian yang secara utuh membahas kemenangan Jokowi dalam lima kontestasi berbeda, mulai dari wali kota, gubernur, hingga presiden. Oleh karena itu, artikel ini bertujuan menganalisis strategi politik Joko Widodo dalam kontestasi pemilu pada periode 2005–2024.

Dalam perspektif ilmu politik, fenomena keberhasilan Jokowi dapat dianalisis melalui beberapa pendekatan teoretis utama. Pertama, teori populisme menjelaskan bagaimana pemimpin membangun legitimasi melalui kedekatan dengan rakyat dan representasi kepentingan publik (Hidayat, 2025). Praktik *blusukan* yang dilakukan Jokowi dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi populis yang menekankan interaksi langsung dengan masyarakat. Kedua, teori komunikasi politik

menekankan pentingnya strategi penyampaian pesan dan pembentukan citra melalui media massa maupun media digital dalam memengaruhi opini publik (Insani et al., [2024](#)). Ketiga, teori koalisi politik menjelaskan bagaimana pembentukan aliansi partai menjadi strategi penting dalam memenangkan dan mempertahankan kekuasaan dalam sistem presidensial multipartai (Sumadinata, [2016](#)).

Namun demikian, penelitian-penelitian sebelumnya cenderung masih bersifat parsial karena berfokus pada satu periode pemilu atau satu aspek strategi tertentu, seperti kampanye atau komunikasi politik. Belum banyak kajian yang mengintegrasikan ketiga pendekatan tersebut untuk menganalisis strategi politik Jokowi secara komprehensif dalam lima kontestasi elektoral dari tingkat lokal hingga nasional.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (*library research*). Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti menggali makna secara mendalam dari fenomena sosial politik yang kompleks. Pendekatan ini juga membantu peneliti menangkap nuansa dan konteks yang tidak selalu dapat dijelaskan melalui pendekatan kuantitatif (Fieda et al., [2024](#)).

Metode studi pustaka digunakan karena penelitian ini dilakukan melalui kajian kepustakaan. Dalam metode ini, peneliti bekerja dengan data atau teks yang telah tersedia, bukan dengan data lapangan atau observasi langsung terhadap suatu peristiwa. Penelitian berfokus pada sumber-sumber yang sudah tersedia di perpustakaan atau basis data akademik, serta memanfaatkan data sekunder yang telah dikumpulkan dan dipublikasikan oleh pihak lain (Pringgar & Sujatmiko, [2021](#)).

Pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran literatur pada beberapa basis data akademik, seperti Google Scholar, Garuda (Garba Rujukan Digital), dan portal SINTA. Kriteria inklusi sumber meliputi: (1) artikel jurnal ilmiah terakreditasi, khususnya pada peringkat SINTA 2–4; (2) relevan dengan topik strategi politik dan pemilu di Indonesia; serta (3) dipublikasikan dalam rentang waktu 2010–2024. Sementara itu, sumber yang tidak memiliki relevansi langsung atau tidak memenuhi standar akademik dikeluarkan dari analisis.

Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*), yaitu dengan mengidentifikasi, mengategorikan, dan menginterpretasikan tema-tema utama yang berkaitan dengan strategi politik Joko Widodo dalam berbagai kontestasi elektoral. Analisis dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu: (1) reduksi data dengan memilih informasi yang relevan; (2) kategorisasi berdasarkan kerangka teori populisme, komunikasi politik, dan koalisi politik; (3) interpretasi data untuk menemukan pola strategi yang digunakan; serta (4) penarikan kesimpulan secara analitis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jokowi merupakan salah satu tokoh politik di Indonesia yang berhasil memenangkan berbagai kontestasi politik ketika ia dicalonkan. Salah satu strategi kemenangan politik Jokowi pada level wali kota Solo adalah gaya komunikasinya yang khas. Jokowi mengadopsi gaya komunikasi yang dialogis dan egaliter. Ia mengatasi persoalan melalui dialog langsung dengan masyarakat, bukan melalui pendekatan represif atau otoriter.

Contoh penting dari pendekatan tersebut terlihat dalam penataan pedagang kaki lima (PKL) di Banjarsari pada 2005–2006. Jokowi mengundang paguyuban pedagang untuk berdialog dan makan bersama berkali-kali sebelum relokasi dilakukan (Panuju, [2017](#); Zulkarnain & Harris, [2017](#)). Gaya pendekatan kultural Jawa ini menekankan kedekatan, kehangatan, dan persuasi. Pola tersebut menunjukkan politik kesetaraan yang mengedepankan hubungan timbal balik antara pemimpin dan

masyarakat (Effendi et al., [2023](#)). Dalam perspektif teori populisme, pendekatan dialogis tersebut dapat dipahami sebagai strategi untuk membangun legitimasi politik melalui kedekatan langsung dengan rakyat. Populisme menempatkan pemimpin sebagai representasi kehendak rakyat, sehingga interaksi langsung menjadi instrumen penting dalam memperkuat dukungan politik (Panuju, [2017](#)).

Pada Pilkada Solo 2010, Jokowi–F.X. Hadi Rudyatmo diusung oleh PDI-P dengan dukungan koalisi lintas partai. Koalisi PDI-P, PKS, PAN, dan PDS mengantarkan pasangan tersebut meraih kemenangan telak dengan perolehan sekitar 90% suara. Dukungan luas dari PKS, PAN, dan Partai Damai Sejahtera memperkuat basis politik Jokowi yang saat itu belum dikenal secara nasional (Zulkarnain & Harris, [2017](#)).

Salah satu kunci kemenangan Jokowi adalah strategi *permanent campaign*. Jokowi terus melakukan *blusukan* dan menonjolkan program pro-rakyat. Salah satu contoh konkret ialah keberhasilannya menyelesaikan penataan PKL Solo melalui 53 pertemuan dialogis hingga relokasi berjalan tanpa bentrokan. Keberhasilan dalam mengelola persoalan kota dan menjalankan program kemasyarakatan menjadi modal politik penting bagi Jokowi untuk naik ke level nasional (Zulkarnain & Harris, [2017](#)). Fenomena ini juga dapat dijelaskan melalui teori komunikasi politik. Keberhasilan Jokowi tidak hanya ditentukan oleh program, tetapi juga oleh kemampuan menyampaikan pesan politik secara efektif melalui interaksi langsung dan pemberitaan media. Komunikasi yang dialogis mampu membentuk citra positif serta meningkatkan kepercayaan publik (Balqis et al., [2024](#)).

Dalam Pemilihan Gubernur DKI Jakarta 2012, Joko Widodo diusung oleh PDI-P yang memiliki 11 kursi DPRD dan mendapat dukungan dari Partai Gerindra dengan 6 kursi, sehingga memenuhi syarat pencalonan kepala daerah. Ia kemudian berpasangan dengan Basuki Tjahaja Purnama sebagai wakil gubernur. Koalisi politik ini juga diperkuat oleh partai-partai pendukung lain yang tidak memiliki kursi DPRD untuk memperluas basis dukungan elektoral.

Dalam konteks komunikasi politik, situasi ini mencerminkan konsep pemasaran politik (*political marketing*) dan pembentukan citra politik (*political image building*). Kandidat tidak hanya bergantung pada partai politik, tetapi juga membangun persepsi publik melalui strategi komunikasi yang terencana. Tim kampanye Jokowi dan jaringan relawan memanfaatkan media sosial seperti Facebook dan Twitter sejak Pilgub DKI Jakarta 2012 sebagai sarana diseminasi pesan politik. Jokowi menyadari pentingnya media digital dalam membentuk opini publik karena masyarakat telah aktif menggunakan platform tersebut. Strategi ini sejalan dengan teori *agenda setting* dan *framing*, yaitu ketika media dan aktor politik berperan dalam menentukan isu yang dianggap penting oleh publik. Media arus utama kemudian turut memperkuat citra Jokowi melalui pemberitaan program-program pro-rakyat, seperti Kartu Jakarta Pintar (KJP), Kartu Jakarta Sehat (KJS), dan Kampung Deret, sehingga memperkuat persepsi positif di masyarakat (Utomo, [2013](#)).

Dari perspektif teori komunikasi politik, penggunaan media sosial dalam Pilgub DKI Jakarta 2012 menunjukkan pergeseran dari komunikasi politik konvensional menuju komunikasi digital yang lebih luas jangkauannya. Hal ini memperkuat konstruksi citra Jokowi sebagai pemimpin yang dekat dengan rakyat sekaligus adaptif terhadap perkembangan teknologi (Susanto, [2017](#)). Jokowi, sebagai gubernur, menerapkan gaya komunikasi yang terbuka, egaliter, dan dekat dengan masyarakat. Salah satu ciri khasnya adalah *blusukan*, yaitu turun langsung ke lapangan untuk berdialog dengan warga secara informal. Dalam kajian komunikasi politik, *blusukan* dipahami sebagai strategi membangun citra pemimpin yang merakyat dan memperkuat kedekatan emosional dengan publik (Panuju, [2017](#)).

Dalam Pilgub DKI Jakarta 2012, Jokowi juga memanfaatkan media sosial untuk membangun opini publik serta memperluas jangkauan kampanye. Media sosial menjadi instrumen penting dalam pemasaran politik modern karena mampu mengorganisasi dukungan secara cepat dan efektif (Utomo, [2013](#)). Dalam komunikasi politik, Jokowi dibingkai sebagai sosok pemimpin yang sederhana, dekat dengan rakyat, dan aktif melakukan *blusukan*. Strategi ini memperkuat *political branding* yang

menunjukkan karakter egaliter dan mudah diakses oleh masyarakat luas (Harisah, [2019](#)). Pendekatan ini kembali menegaskan peran populisme sebagai strategi politik berbasis kedekatan emosional dengan rakyat, sekaligus memperkuat legitimasi kebijakan melalui komunikasi yang inklusif.

Pada Pilpres 2014, PDI-P membentuk Koalisi Indonesia Hebat untuk mendukung pasangan Jokowi–Jusuf Kalla. Koalisi ini mencakup lima partai, yaitu PDI-P, PKB, NasDem, Hanura, dan PKPI. Koalisi tersebut berhadapan dengan Koalisi Merah Putih yang mendukung pasangan Prabowo–Hatta, terdiri atas Gerindra, Golkar, PAN, PPP, PKS, dan PBB. Koalisi Jokowi–Jusuf Kalla menjanjikan program perubahan dan pembangunan infrastruktur sebagai lokomotif kampanye (Permana, [2023](#)).

Strategi kemenangan Jokowi–Jusuf Kalla berbasis pada program kerakyatan dan simbol kesederhanaan. Dalam perspektif teori koalisi politik, pembentukan koalisi ini menunjukkan bahwa kemenangan elektoral tidak hanya ditentukan oleh popularitas kandidat, tetapi juga oleh kemampuan membangun aliansi strategis untuk memperoleh dukungan politik yang luas dalam sistem presidensial multipartai.

Pada Pilpres 2019, Jokowi–Ma’ruf Amin didukung oleh Koalisi Indonesia Kerja (KIK) yang resmi berdiri pada Agustus 2018. Koalisi ini beranggotakan sepuluh partai, yaitu PDI-P, Golkar, NasDem, PKB, PPP, Hanura, PSI, Perindo, PKPI, dan PBB. Nama koalisi dan partai pendukungnya diumumkan saat pendaftaran calon presiden dan calon wakil presiden. KIK mengalokasikan kursi legislatif dan sumber daya kampanye untuk memenangkan kembali Jokowi (Prayoga, [2018](#)).

Tim kampanye Jokowi–Ma’ruf memanfaatkan media sosial secara lebih agresif melalui video YouTube, iklan Facebook, dan pelibatan *influencer*. Media berita nasional juga banyak menyoroti prestasi infrastruktur serta program kartu pintar dan kesehatan sebagai bagian dari narasi kampanye periode kedua. Pasangan ini mengerahkan jaringan milenial dan relawan 01 untuk merespons kabar negatif atau hoaks secara daring, serta menampilkan tokoh muda dan artis dalam kampanye. Hal ini menunjukkan integrasi antara strategi komunikasi politik modern dan perluasan koalisi politik sebagai upaya mempertahankan kekuasaan. Dukungan tokoh agama seperti Ma’ruf Amin juga mencerminkan strategi populisme yang menyesuaikan diri dengan basis pemilih tertentu.

Strategi kemenangan Jokowi pada 2019 menunjukkan konsolidasi dukungan yang luas melalui struktur partai, kader PDI-P, jaringan relawan, dan kelompok pendukung. Pendekatannya bersifat inklusif, misalnya dengan merangkul tokoh Islam tradisional seperti K.H. Ma’ruf Amin sebagai calon wakil presiden untuk merespons isu-isu keberagaman, serta menegaskan program ekonomi kerakyatan, seperti UMKM dan subsidi energi. Setelah menang, Jokowi mengonsolidasikan kekuasaan melalui perombakan kabinet untuk menyeimbangkan kepentingan partai pengusung dan memperkuat koalisi melalui penempatan tokoh politik pada jabatan strategis, misalnya Airlangga Hartarto dari Golkar sebagai menteri koordinator bidang perekonomian.

Menjelang Pilpres 2024, Jokowi menyatakan bahwa seorang presiden “boleh kampanye, boleh memihak” asalkan tidak menggunakan fasilitas negara. Ia bersikap lebih tersirat daripada eksplisit. Dalam beberapa kesempatan, Jokowi memberikan isyarat melalui kebijakan atau pernyataan umum, tetapi tetap berupaya menjaga citra netral, misalnya dengan menghindari deklarasi dukungan secara terbuka. Meski demikian, media memantau setiap gerakannya sebagai indikator dukungan terselubung (Nugraheny, [2024](#)). Fenomena ini dapat dianalisis sebagai bentuk lanjutan dari populisme politik dan kekuatan jaringan koalisi, yaitu ketika legitimasi politik yang telah terbentuk dapat ditransfer kepada kandidat tertentu melalui pengaruh simbolik dan struktural.

“Efek Jokowi” diperkirakan turut menentukan jalannya pemilu. Survei Litbang Kompas menunjukkan bahwa kepuasan publik terhadap kinerja Jokowi turut meningkatkan kepercayaan pemilih kepada calon presiden yang diasosiasikan dengan dukungannya. Simulasi persaingan Ganjar–Prabowo–Anies juga menunjukkan adanya insentif elektoral tambahan bagi calon presiden yang memperoleh dukungan Jokowi (Nainggolan, [2023](#)). Jokowi juga menggunakan konsolidasi politik

melalui kebijakan infrastruktur besar, seperti IKN dan *food estate*, yang dapat menjadi modal politik bagi pendukungnya. Dalam beberapa kesempatan publik, Jokowi secara implisit menguatkan posisi calon tertentu, misalnya dengan mengundang tokoh partai pendukung ke acara kenegaraan sebagai bentuk diplomasi politik. Meskipun secara formal berupaya netral, sejumlah pengamat melihat Jokowi tetap menjadi aktor penting dalam peta koalisi. Kehadiran Gibran di kubu Prabowo dan dukungan kader PDI-P kepada Ganjar dapat dibaca sebagai bagian dari manuver politik yang menebarkan “faktor Jokowi” dalam kontestasi 2024 (Saptohutomo, 2024).

SIMPULAN

Keberhasilan politik Joko Widodo dalam memenangkan lima kontestasi pemilu dari 2005 hingga 2019, serta pengaruh kuatnya dalam Pemilu 2024, merupakan hasil dari strategi politik yang konsisten, adaptif, dan berakar pada pendekatan populis. Jokowi membangun kekuatan politik melalui tiga pilar utama, yaitu komunikasi langsung yang egaliter dan membumi melalui *blusukan*, penguatan citra melalui media massa dan media sosial, serta pembentukan koalisi politik yang inklusif dan strategis.

Di tingkat lokal, Jokowi memanfaatkan pendekatan kultural Jawa yang menekankan dialog dan persuasi. Pendekatan ini terbukti efektif dalam penataan sosial, seperti relokasi PKL tanpa konflik. Di tingkat provinsi dan nasional, ia memodernisasi strategi politiknya dengan memperkuat tim relawan, memanfaatkan platform digital, serta mengusung narasi pembangunan dan program pro-rakyat, seperti kartu pintar, layanan kesehatan, dan pembangunan infrastruktur.

Setelah terpilih, Jokowi melakukan konsolidasi kekuasaan melalui penempatan tokoh strategis, perombakan kabinet, dan ekspansi proyek nasional sebagai instrumen diplomasi politik. Bahkan setelah dua periode kepresidenan, ia tetap menjadi aktor sentral dalam peta kekuatan politik nasional. “Efek Jokowi” turut memengaruhi konstelasi Pilpres 2024 melalui dukungan simbolik dan jaringan loyalisnya. Secara keseluruhan, strategi politik Jokowi mencerminkan keberhasilan dalam menyatukan pendekatan tradisional dan modern, antara kedekatan emosional dan kalkulasi struktural, sehingga menjadikannya salah satu fenomena politik paling berpengaruh di Indonesia dalam dua dekade terakhir.

Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan yang lebih komprehensif dengan menggabungkan studi pustaka, wawancara dengan aktor politik, serta analisis data survei. Penelitian ke depan juga dapat mengembangkan kajian komparatif antara strategi politik Joko Widodo dan tokoh politik lain agar dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai pola strategi politik dalam konteks demokrasi Indonesia.

REFERENSI

- Akuntono, I. (2014, May 27). Lima ketua umum partai penuh canda dukung Jokowi-JK. *Kompas.com*. <https://nasional.kompas.com/read/2014/05/27/1539161/Lima.Ketua.Umum.Partei.Penuh.Canda.Dukung.Jokowi-JK>
- Azanella, L. A. (2019, April 18). Ini perbandingan suara Jokowi dan Prabowo pada Pemilu 2019 dan 2014. *Kompas.com*. <https://nasional.kompas.com/read/2019/04/18/17540551/ini-perbandingan-suara-jokowi-dan-prabowo-pada-pemilu-2019-dan-2014>
- Baikuni, & Setiawan, A. (2024). Strategi kampanye politik Joko Widodo-Ma'ruf Amin pada kontestasi pemilihan presiden tahun 2019. *Sospol: Jurnal Sosial Politik*, 10(1), 1–14. <https://doi.org/10.22219/jurnalsospol.v10i1.33201>
- Balqis, F. D., Fitri, H., Sinaga, W. A., & Sampurna, A. (2024). Analisis strategi komunikasi politik untuk membangun citra politik. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(5), 2115–2119. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v4i5.3086>
- Effendi, C., Sinaga, A. B., Sulistiani, I., & Adawiyah, S. E. (2023). Gaya komunikasi kepemimpinan Jokowi. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 7(2), 169–178. <https://doi.org/10.24853/pk.7.2.169-178>

- Farisa, F. C. (2019, May 21). Hasil Pilpres 2019: Jokowi-Ma'ruf 55,50 persen, Prabowo-Sandi 44,50 persen, selisih 16,9 juta suara. *Kompas.com*. <https://nasional.kompas.com/read/2019/05/21/02440251/hasil-pilpres-2019-jokowi-maruf-5550-persen-prabowo-sandi-4450-persen>
- Fieda, O. P., Pramana, G. I., & Erviantono, T. (2024). Analisis strategi politik dan dampaknya terhadap konstelasi politik nasional: Peran Jokowi sebagai "king maker" dalam pemilihan presiden Indonesia 2024. *Retorika: Jurnal Komunikasi, Sosial dan Ilmu Politik*, 1(5), 136–147. <https://jurnal.kolibi.org/index.php/retorika/article/view/3326>
- Hadiningtyas, R. A., Pradekso, T., & Setiabudi, D. (2014). Komunikasi strategis Jokowi dalam Pemilukada DKI Jakarta 2012. *Interaksi Online*, 2(1). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/4290>
- Harisah, M. (2019). Pemanfaatan Facebook sebagai media kampanye politik Jokowi-JK pada Pilpres 2014: Analisis isi media online. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 212–221. <https://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/8904>
- Hidayat, M. T. (2025). Memimpin dengan narasi populis: Analisis peran dan tindak komunikasi publik Presiden Indonesia. *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 17(2), 231–251. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v17i2.10213>
- Insani, R., Salya, S., & Persadha, P. D. (2024). Komunikasi politik Partai Ummat di media sosial: Populisme agama dan dampaknya pada demokrasi 2024. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, 13(2), 232–244. <https://doi.org/10.33366/jisip.v13i2.3003>
- Maharani, D., & Aritonang, D. R. (2014, July 22). Ini hasil resmi rekapitulasi suara Pilpres 2014. *Kompas.com*. <https://nasional.kompas.com/read/2014/07/22/20574751/Ini.Hasil.Resmi.Rekapitulasi.Suara.Pilpres.2014>
- Nainggolan, B. (2023, October 9). Signifikansi Jokowi dalam Pilpres 2024. *Kompas.id*. <https://www.kompas.id/baca/riset/2023/10/09/signifikansi-jokowi-dalam-pilpres-2024>
- Nugraheny, D. E. (2024, January 24). Jokowi: Presiden boleh kampanye, boleh memihak, tapi.... *Kompas.com*. <https://nasional.kompas.com/read/2024/01/24/09350771/jokowi-presiden-boleh-kampanye-boleh-memihak-tapi>
- Nurhadi, M. (2023, November 14). Karir politik Jokowi dari pertama kali gabung PDIP hingga jabat Presiden Indonesia. *Suara.com*. <https://www.suara.com/bisnis/2023/11/14/093845/karir-politik-jokowi-dari-pertama-kali-gabung-pdip-hingga-jabat-presiden-indonesia>
- Panuju, R. (2017). Komunikasi politik Jokowi: Antara pencitraan dan jejaring politik. *Komunikatif: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 6(2), 92–105. <https://doi.org/10.33508/jk.v6i2.1709>
- Permana, R. H. (2023, August 14). Diungkit-ungkit, begini perbandingan peta koalisi Pilpres 2014 dan 2024. *Detik.com*. <https://news.detik.com/pemilu/d-6875638/diungkit-ungkit-begini-perbandingan-peta-koalisi-pilpres-2014-dan-2024>
- Pratiwi, N. E., Mayopu, R. G., & Huwae, G. N. (2015). Aktivitas media relations Humas Setda Kota Salatiga dalam membentuk berita positif. *Jurnal ASPIKOM*, 2(5), 330–345. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v2i5.85>
- Prayoga, R. (2018, August 11). Strategi Koalisi Indonesia Kerja agar menang Pilpres 2019. *ANTARA News*. <https://www.antaranews.com/berita/736015/strategi-koalisi-indonesia-kerja-agar-menang-pilpres-2019>
- Pringgar, R. F., & Sujatmiko, B. (2021). Penelitian kepustakaan (*library research*) modul pembelajaran berbasis augmented reality pada pembelajaran siswa. *IT-Edu: Jurnal Information Technology and Education*, 5(1), 317–329. <https://doi.org/10.26740/it-edu.v5i1.37489>
- Saptohutomo, A. P. (2024, May 13). Prabowo mengaku diuntungkan "efek Jokowi" dalam menangi Pilpres. *Kompas.com*. <https://nasional.kompas.com/read/2024/05/13/05300041/prabowo-mengaku-diuntungkan-efek-jokowi-dalam-menangi-pilpres>
- Sari, E. K. (2015). Strategi kampanye politik Gabungan Relawan Jokowi-JK Kaltim dalam pemilihan presiden tahun 2014 di Kota Samarinda. *ejournal Ilmu Pemerintahan*, 3(4), 1832–1841. <https://ejournal.ip.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/11/JURNAL%20EVI%20fix%20%2811-17-15-01-23-01%29.pdf>
- Sumadinata, R. W. (2016). Dinamika koalisi partai-partai politik di Indonesia menjelang dan setelah pemilihan presiden tahun 2014. *JWP: Jurnal Wacana Politik*, 1(2), Article 10. <https://doi.org/10.24198/jwp.v1i2.11060>
- Susanto, E. H. (2017). Media sosial sebagai pendukung jaringan komunikasi politik. *Jurnal ASPIKOM*, 3(3), 379–398. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i3.123>

- Utomo, W. P. (2013). Menimbang media sosial dalam marketing politik di Indonesia: Belajar dari Jokowi-Ahok di Pilkada DKI Jakarta 2012. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 17(1), 67–84.
<https://doi.org/10.22146/jsp.10894>
- Zulkarnain, A., & Harris, S. (2017). Fenomena *blusukan* dalam model kepemimpinan politik Joko Widodo. *Politik*, 13(1). <https://journal.unas.ac.id/index.php/politik/article/view/233>