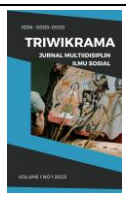
Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 11 No 10 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



ANALISIS INTERAKTIVITAS DALAM KAMPANYE DIGITAL PASANGAN CALON AL HARIS-ABDULLAH SANI DI PILKADA JAMBI TAHUN 2024

Nanda Valiza[1], Dimas Subekti[2], Cholillah Suci Pratiwi[3]
Ilmu Politik, Universitas Jambi, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:
Received January 2026
Revised January 2026
Accepted January 2026
Available online January 2026

Email:
nandavaliza954@gmail.com

This is an open access article under the CC BY-SA license.
Copyright © 2026 by Author.

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah merubah cara-cara kampanye politik, terutama dalam pemilihan kepala daerah. Media sosial telah menjadi sarana yang signifikan untuk komunikasi politik, memungkinkan pencapaian pemilih secara lebih luas dan efisien. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis interaktivitas kampanye digital yang dilakukan oleh pasangan calon Al Haris-Abdullah Sani dalam pemilihan gubernur Jambi 2024. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan anggota tim kampanye, perwakilan partai politik, pengaruh, dan penyelenggara pemilihan, serta didukung oleh dokumentasi aktivitas kampanye digital di Instagram, TikTok, dan Facebook. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaktivitas dalam kampanye digital tergolong terbatas, karena media sosial lebih banyak digunakan untuk penyebaran informasi, mobilisasi pendukung, dan pembangunan citra calon daripada sebagai dialog dua arah yang intensif antara calon dan pemilih. Meskipun begitu, kampanye digital ini berhasil mendorong partisipasi masyarakat dan memperkuat persepsi positif publik terhadap pasangan calon. Penelitian ini menyimpulkan bahwa, dalam konteks pemilihan lokal, efektivitas kampanye digital tidak hanya bergantung pada intensitas interaksi langsung, tetapi juga pada kemampuan untuk mengaktifkan jaringan pendukung dan menyesuaikan pesan politik dengan karakteristik platform digital.

Kata kunci: interaktivitas; kampanye digital; komunikasi politik; media sosial; pilkada

Abstract

The rise of digital technology has transformed the approach to political campaigns, particularly in local elections. Social media has emerged as a crucial instrument for political interaction, allowing for wider and more effective connections with voters. This research intends to examine the engagement level of the digital campaign led by the Al Haris-Abdullah Sani duo in the 2024 Jambi governor election. The study employs a qualitative method with a case study framework. Data was gathered through in-depth conversations with members of the campaign team, political party officials, social media influencers, and election administrators, further supported by documentation of the digital campaign activities across Instagram, TikTok, and Facebook. Findings reveal that the level of engagement in digital campaigns is somewhat restricted, as social media is primarily used for spreading information, rallying supporters, and enhancing the candidate's image, rather than fostering deep two-way communication between candidates and voters. Nevertheless, this digital initiative succeeded in boosting public involvement and enhancing the community's favorable view of the candidate partnership. The study concludes that, within the realm of local elections, the success of digital campaigns relies not just on the frequency of direct interactions, but also on the capability to engage support networks and tailor political messages to fit the attributes of various digital platforms.

***Keywords**: digital campaign; interactivity; political communication; regional election; social media*

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 11 No 10 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah mengubah secara drastis cara komunikasi dalam politik, khususnya dalam proses kampanye untuk Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada). Saat ini, media digital, terutama media sosial, menjadi salah satu alat utama bagi calon untuk menyampaikan pesan politik, membangun citra, dan menjangkau pemilih dengan cara yang lebih luas dan cepat. Pergeseran ini menunjukkan transisi dari metode kampanye tradisional menuju pendekatan kampanye digital yang lebih fleksibel dan sesuai dengan tuntutan zaman.

Dalam bidang komunikasi politik, kampanye digital tidak hanya dilihat sebagai saluran untuk menyebarkan informasi, tetapi juga sebagai tempat interaksi antara calon dan pemilih. Konsep interaktivitas merupakan elemen kunci dalam kampanye digital karena menunjukkan adanya komunikasi dua arah, tanggapan terhadap keinginan publik, serta partisipasi masyarakat dalam urusan politik. Beberapa studi sebelumnya membuktikan bahwa penggunaan media sosial dalam kampanye politik mampu meningkatkan keterlibatan publik, memperkuat citra calon, dan mempengaruhi pilihan pemilih, terutama di kalangan pemilih muda.

Pada Pilkada Serentak di Tahun 2024, kampanye digital menjadi metode yang semakin dipilih oleh pasangan calon di berbagai wilayah, termasuk Provinsi Jambi. Pasangan calon Al Haris–Abdullah Sani memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook sebagai bagian dari strategi kampanye politik mereka. Media digital digunakan untuk memberikan informasi mengenai program kerja, mendokumentasikan aktivitas kampanye, serta menjalin hubungan dekat dengan masyarakat. Namun, meskipun penggunaan media sosial sangat luas, belum semua praktik kampanye digital secara optimal menonjolkan aspek interaktivitas sebagai bentuk komunikasi dua arah yang kuat antara calon dan pemilih.

Penelitian seputar kampanye digital di tingkat lokal selama ini lebih banyak berfokus pada strategi kemenangan atau partisipasi pemilih, sedangkan analisis yang secara khusus meneliti interaktivitas dalam kampanye digital masih tergolong sedikit. Ini menunjukkan adanya kekosongan penelitian terkait bagaimana interaktivitas diterapkan dalam kampanye digital calon pada konteks Pilkada lokal, serta bagaimana peran interaktivitas dalam meningkatkan partisipasi dan persepsi masyarakat.

Menyikapi kondisi tersebut, penelitian ini sangat penting untuk dilakukan agar dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai praktik interaktivitas dalam kampanye digital. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis interaktivitas dalam kampanye digital pasangan calon Al Haris–Abdullah Sani pada Pilkada Jambi Tahun 2024, dengan fokus pada bentuk, praktik, dan dampak interaktivitas terhadap efektivitas komunikasi politik.

2. KAJIAN TEORITIS

Perkembangan kampanye politik di zaman digital telah memicu perubahan dalam cara para pelaku politik berinteraksi dengan masyarakat. Kampanye digital dianggap sebagai metode komunikasi politik yang memanfaatkan platform digital, khususnya media sosial, untuk menyampaikan pesan-pesan politik, membentuk citra kandidat, dan menjangkau pemilih dengan lebih luas. Dalam hal ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menyebarluaskan informasi, tetapi juga sebagai tempat untuk berinteraksi yang memungkinkan partisipasi publik dalam proses kampanye.

Penelitian ini berlandaskan pada teori kampanye digital yang diajukan oleh Lilleker (2011), yang menyatakan bahwa kampanye politik masa kini memiliki tiga indikator utama, yaitu interaksi, keikutsertaan publik, dan penyesuaian pesan politik. Interaktivitas diartikan sebagai adanya komunikasi dua arah antara kandidat dan pemilih melalui respon terhadap komentar

dan pesan, serta penggunaan fitur interaktif di media sosial. Partisipasi publik berkaitan dengan seberapa besar masyarakat terlibat dalam mendukung dan menyebarkan pesan kampanye, sedangkan penyesuaian pesan politik mengacu pada kemampuan kandidat untuk menyesuaikan pesan dengan karakteristik pendengar dan platform digital yang dipakai.

Dalam konteks teori ini, interaktivitas menjadi elemen penting karena mencerminkan kualitas hubungan komunikasi antara pelaku politik dan masyarakat. Interaktivitas tidak hanya dinilai dari seberapa sering dialog langsung terjadi, tetapi juga sejauh mana kampanye digital dapat menciptakan ruang untuk partisipasi, respons, serta keterlibatan audiens secara terus-menerus. Dalam konteks Pilkada lokal, interaktivitas sering dipengaruhi oleh karakteristik pemilih, kapasitas tim kampanye, dan strategi komunikasi yang digunakan oleh kandidat.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kampanye digital memiliki peran penting dalam meningkatkan efektivitas komunikasi politik. Triwicaksono dan Nugroho (2021) menegaskan bahwa strategi komunikasi politik yang baik dapat memperkuat dukungan pemilih dalam Pilkada. Ratna (2017) menggarisbawahi pentingnya pendekatan komunikasi untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap kandidat. Sementara itu, Ulzikri (2022) menemukan bahwa media sosial secara efektif digunakan dalam kampanye politik, meskipun tingkat interaktivitasnya tidak selalu optimal. Penelitian oleh Fitriyanti et al. (2025) juga menunjukkan bahwa kampanye digital mampu memperluas jangkauan komunikasi politik dan mendorong partisipasi publik, terutama di kalangan pemilih muda.

Berdasarkan teori dan penelitian yang ada, kajian ini menjadikan interaktivitas sebagai fokus utama dalam menganalisis kampanye digital pasangan Al Haris–Abdullah Sani dalam Pilkada Jambi 2024. Kerangka teoritis ini menjadi dasar untuk memahami bagaimana interaktivitas diterapkan dalam praktik kampanye digital dan dampaknya terhadap efektivitas komunikasi politik di tingkat lokal.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan desain studi kasus. Pendekatan ini dipilih untuk mengetahui lebih dalam mengenai praktik keterlibatan dalam kampanye digital pasangan calon Al Haris-Abdullah Sani pada Pilgub dan Wakil Gubernur Jambi Tahun 2024. Studi kasus digunakan karena berfokus pada fenomena tertentu dalam konteks tertentu, yaitu pelaksanaan kampanye digital pada Pilkada Jambi.

Subjek penelitian ditentukan secara purposive, khususnya pemangku kepentingan langsung dan termasuk kampanye digital pasangan calon. Informan penelitian mencakup tim pemenangan, pengurus partai politik, relawan atau influencer digital, dan penyelenggara pemilu. Pemilihan informan dilakukan dengan mempertimbangkan relevansi informasi yang diberikan dengan subjek penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan dokumen. Wawancara digunakan untuk menggali informasi mengenai strategi kampanye digital dan jenis interaksi yang dilakukan, sedangkan dokumentasi digunakan untuk melengkapi data berupa konten media sosial, pemberitaan media online, dan dokumenAlat penelitiannya adalah panduan wawancara yang disusun berdasarkan metrik keterlibatan kampanye digital.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman, meliputi reduksi data, penyajian data, dan inferensi. Data yang diperoleh diseleksi dan dikategorikan sesuai fokus penelitian untuk menemukan pola dan makna terkait praktik interaktivitas kampanye digital. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber guna memastikan kredibilitas dan konsistensi temuan penelitian.

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 11 No 10 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian difokuskan pada interaktivitas dalam kampanye digital pasangan calon Al Haris–Abdullah Sani pada Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Jambi Tahun 2024. Interaktivitas dimaknai sebagai bentuk komunikasi dua arah antara kandidat, tim pemenangan, partai pengusung, dan masyarakat melalui media sosial, yang mencakup aspek responsivitas, pemanfaatan fitur interaktif, serta pola komunikasi yang terbangun selama masa kampanye digital.

1. Responsivitas dalam Kampanye Digital

   Interaktivitas kampanye digital pasangan Al Haris–Abdullah Sani tercermin dari adanya respons terhadap komentar, pesan, dan isu yang berkembang di media sosial. Responsivitas ini berfungsi sebagai sarana untuk memantau opini publik sekaligus menjaga citra politik pasangan calon.

   Berdasarkan hasil wawancara dengan Hasan Mabruri, S.Sos., M.Si., Direktur Center Al Haris–Abdullah Sani, respons terhadap interaksi masyarakat dilakukan secara selektif dengan mempertimbangkan substansi pesan dan kapasitas tim pengelola media sosial. Ia menyatakan bahwa:

   > *"Kami memantau komentar dan pesan yang masuk di media sosial. Namun tidak semuanya dibalas satu per satu. Biasanya kami fokus pada isu-isu yang berkaitan langsung dengan program dan citra pasangan calon." (Wawancara, 17 November 2025, 14.00 WIB)*

   Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa responsivitas kampanye digital belum sepenuhnya diarahkan pada dialog dua arah yang berkelanjutan, melainkan lebih difungsikan sebagai alat pengelolaan isu dan persepsi publik.

   Hal senada disampaikan oleh M. Kurnia Ardiansyah, S.E., Kepala Bappilu-Da DPD Partai Demokrat Provinsi Jambi, yang menilai bahwa media sosial mempercepat arus komunikasi politik, meskipun tidak seluruh respons dapat ditindaklanjuti secara langsung. Ia menyatakan:

   > *"Dengan media sosial, komunikasi politik tidak lagi terbatas oleh ruang dan waktu. Pesan kampanye bisa langsung sampai ke masyarakat luas, dan respons publik bisa diterima dengan cepat."(Wawancara, 05 Desember 2025, 16.00 WIB)*

   Temuan ini menunjukkan bahwa responsivitas dalam kampanye digital telah berjalan, namun masih bersifat terbatas dan belum sepenuhnya dialogis.

2. Pemanfaatan Fitur Interaktif Media Sosial

   Selain responsivitas, interaktivitas kampanye digital juga diwujudkan melalui pemanfaatan fitur-fitur interaktif media sosial, seperti kolom komentar, fitur berbagi konten, dan siaran langsung (live streaming). Fitur-fitur ini digunakan untuk menyampaikan pesan politik serta memperluas jangkauan kampanye secara digital.

   Menurut R. Adidaya, Wakil Sekretaris Bidang Kaderisasi dan Keanggotaan DPD Partai Golkar Provinsi Jambi, partai pengusung berperan dalam memantau dan memberikan masukan terhadap aktivitas kampanye digital yang dikelola oleh tim media center. Ia menyampaikan bahwa:

   > *"Partai ikut berpartisipasi dengan memantau kampanye-kampanye yang beredar di media sosial. Selain itu, saran dan pendapat juga disampaikan melalui media*

center dalam setiap rapat koordinasi." (Wawancara, 05 Desember 2025, 14.00 WIB)

Namun demikian, meskipun fitur interaktif tersedia, tidak seluruh interaksi audiens ditindaklanjuti dalam bentuk dialog langsung. Media sosial lebih banyak dimanfaatkan sebagai sarana penyampaian pesan satu arah dengan umpan balik terbatas.

3. Pola Komunikasi Dua Arah dalam Kampanye Digital

Pola komunikasi dua arah dalam kampanye digital pasangan Al Haris–Abdullah Sani masih bersifat terbatas dan tidak sistematis. Interaksi yang terjadi umumnya berupa reaksi audiens terhadap konten kampanye, seperti memberikan komentar, tanda suka, dan membagikan unggahan.

Menurut Ihsan Maulana Putra, S.Pd., M.M., Wakil Ketua DPD Partai Gerindra Provinsi Jambi, peran partai koalisi dalam kampanye digital lebih diarahkan pada penyebaran pesan yang telah disusun oleh tim pemenangan. Ia menyatakan bahwa:

"Peran partai lebih kepada menyebarkan apa yang sudah dilakukan oleh Haris-Sani. Kampanye digital tetap ada, tetapi menurut kami kurang efektif dibandingkan kampanye langsung." (Wawancara, 07 Oktober 2025)

Selain itu, M. Asriadi, Wakil Ketua Bidang Ideologi dan Kaderisasi DPD PDI Perjuangan Provinsi Jambi, menegaskan bahwa pesan kampanye digital cenderung bersifat umum dan belum diarahkan secara spesifik untuk membangun dialog interaktif yang intens. Ia menyampaikan:

"Pesan yang disampaikan masih bersifat umum, meskipun disesuaikan dengan konteks audiens yang dihadapi." (Wawancara, November 2025)

Secara keseluruhan, temuan penelitian menunjukkan bahwa interaktivitas dalam kampanye digital pasangan Al Haris–Abdullah Sani telah dijalankan, namun masih berada pada tingkat interaktivitas terbatas. Media sosial lebih difungsikan sebagai sarana penyampaian informasi dan pengelolaan citra politik dibandingkan sebagai ruang dialog dua arah yang intens dan berkelanjutan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa interaktivitas dalam kampanye digital pasangan calon Al Haris-Abdullah Sani pada Pilgub dan Wakil Gubernur Provinsi Jambi Tahun 2024 sudah terlaksana namun belum maksimal danbelum sepenuhnya mencerminkan ketegangan komunikasi dua arah antara calon dan pemilih.Media sosial lebih digunakan sebagai sarana penyampaian informasi dan pengelolaan citra politik dibandingkan sebagai ruang dialog yang memungkinkan terjadinya pertukaran gagasan secara berkelanjutan.Hasil tersebut menunjukkan bahwa interaktivitas dalam kampanye digital tidak serta merta menjamin terjalinnya komunikasi dialogis, terutama dalam konteks pemilukada dengan keterbatasan sumber daya dan pertimbangan strategis.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini menyarankan agar kandidat dan kelompok kampanye pada pilkada mendatang harus lebih mengoptimalkan strategi keterlibatan mereka dengan meningkatkan daya tanggap mereka terhadap publik. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada satu pasangan kandidat dan menganalisis interaktivitas kampanye digital, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasikan secara luas.

Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas populasi penelitian dengan membandingkan kandidat atau daerah serta menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang interaktivitas.

DAFTAR REFERENSI

Budiardjo, M. (2020). Pengantar ilmu politik (Edisi revisi). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Cangara, H. (2014). Komunikasi politik: Konsep, teori, dan strategi. Jakarta: Rajawali Pers.

Ferdi Almunanda. (2024, December 9). Menang Di 10 Daerah, Al Haris-Sani Raih 1.092.823 Suara Di Pilgub Jambi. Detiksumbagsel.

Fitriyanti, N., Puspitasari, R., Jasmine, T., & Putranto, A. (2025). Strategi komunikasi politik digital dalam Pilkada Serentak 2024. Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi, 6(1), 45–60. https://journal.stmiki.ac.id

Hutapea, E. B., & Saputra, D. (2024). Strategi komunikasi politik pasangan Al Haris– Abdullah Sani dalam Pilkada Gubernur Jambi. Jurnal Politik Lokal, 6(1), 1–14. https://journalpolitiklokal.id

Lilleker, D. G. ; J. N. A. (2011). Political Campaigning, Elections And The Internet: Comparing The Us, Uk, France And Germany (1st Ed.).

Routlage. Https://Www.Routledge.Com/Political-Campaigning-Elections-And The-Internet- Comparing-The-Us-Uk/Lilleker-Jackson/P/Book/9780415572187?Utm_Source.Com

Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif Di Bidang Kesehatan Masyarakat. Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat : Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat, 12(3), 145–151. Https://Doi.Org/10.52022/Jikm.V12i3.102

Miles, M. B. And H. (1994). Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook (2nd Ed.). Sage Publications.

Nasrullah, R. (2017). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

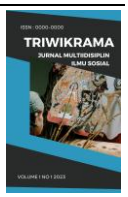
Rizky, M. (2024). Efektivitas kampanye digital dalam meningkatkan keterlibatan pemilih muda pada Pilkada 2024. Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi, 7(1), 22–38. https://jurnal-audience.stmik.org

Ratna, I. D. (2017). Komunikasi politik dan pembentukan citra kandidat dalam pemilihan kepala daerah. Jurnal Komunikasi Politik, 2(1), 45–58.

Sugiyono. (2019). Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta. Tempo.Com. (2024, April). Profil Pasangan Al Haris Dan Abdullah Sani Dalam Pilgub Jambi 2024.

Triwicaksono, Y. D. B. B., & Nugroho, A. (2021). Strategi komunikasi politik pemenangan kepala daerah. Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi, 5(1), 133–145. https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i1.2037

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 11 No 10 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



Ulzikri, A. R. (2022). Efektifitas Strategi Kampanye Politik Melalui Media Sosial: Belajar Pada Pilkada Bandar Lampung Tahun 2020 (Vol. 1, Issue 1). Https://Www.Lampost.Co/Berita-Pelanggaran-Netralitas-Asn-Di-Bandar- Lampung-Meningkat.Html