

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pilkada, atau Pemilihan Kepala Daerah, adalah proses pemilihan kepala daerah dan wakilnya secara langsung oleh masyarakat, dengan tujuan memberikan kesempatan pada warga untuk memilih pemimpin yang akan mengelola pemerintahan daerah. Pilkada di Indonesia diatur oleh Undang-Undang No. 10 Tahun 2016, yang mendasari pelaksanaan Pilkada sebagai bagian dari otonomi daerah dan demokrasi. Sistem pemilihan menggunakan mayoritas suara, di mana pasangan calon dengan suara terbanyak dinyatakan menang. Pilkada langsung yang berkaitan erat dengan implementasi otonomi daerah menjadi warna tersendiri dalam pembangunan demokrasi di Indonesia dan rakyat diharapkan bisa berpartisipasi aktif (Tjenreng, 2020). Pemilihan Kepala Daerah di Kota Makassar tahun 2024 merupakan peristiwa politik yang sangat dinantikan oleh masyarakat Makassar. Sebagai bagian dari Pilkada serentak nasional, pemilihan ini dijadwalkan berlangsung pada 27 November 2024, sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam Peraturan KPU (PKPU) Nomor 2 Tahun 2024. Pilkada ini menjadi momentum penting bagi warga Makassar untuk menentukan arah pembangunan dan kepemimpinan kota mereka untuk lima tahun ke depan.

Dalam kontestasi politik Kota Makassar 2024, empat pasangan calon (paslon) telah ditetapkan untuk bersaing memperebutkan kursi Wali Kota dan Wakil Wali Kota Makassar. Pasangan-pasangan tersebut adalah Munafri Arifuddin - Aliyah Mustika Ilham (MULIA), Andi Seto Gadhista Asapa - Rezki Mulfiati Lutfi (SEHATI), Indira Jusuf Ismail - Ilham Ari Fauzi Amir Uskara (INIMI), dan Amri Arsyid - Abdul Rahman Bando (AMAN). Dinamika politik menjelang Pilkada Makassar 2024 semakin menarik dengan beredarnya hasil survei dari berbagai lembaga yang menunjukkan persaingan ketat antar paslon. Pilkada kali ini juga menjadi sorotan khusus mengingat adanya fenomena kotak kosong pada Pilkada sebelumnya, yang menjadi pelajaran berharga bagi semua pihak tentang pentingnya partisipasi aktif dalam proses demokrasi.

Pasangan Calon (paslon) yang akan menjadi fokus utama dalam penelitian ini yaitu paslon nomor urut 1, Munafri Arifuddin - Aliyah Mustika Ilham (MULIA). Munafri Arifuddin, yang akrab disapa Appi, adalah seorang pengusaha sukses dan tokoh masyarakat yang dikenal secara luas karena pernah menjabat sebagai CEO klub sepakbola kebanggaan Sulawesi Selatan yaitu PSM Makassar sejak tahun 2016 hingga 2022, sebelumnya beliau juga pernah mencalonkan diri sebagai Calon Walikota Makassar pada Pilkada sebelumnya, yaitu pada tahun 2018 dan 2020. Pilkada pada tahun 2018 sempat menjadi sorotan karena pada saat itu Pasangan Munafri Arifuddin-Andi Rahmatika Dewi sebagai calon tunggal dinyatakan kalah dari kotak kosong. Sementara itu, Aliyah Mustika Ilham adalah anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR-RI) periode 2014-2024, yang memiliki latar belakang politik yang kuat dikarenakan merupakan istri dari politisi senior di Sulawesi Selatan yaitu Ilham Arief Sirajuddin yang juga merupakan Walikota Makassar pada tahun 2004 hingga 2014.

Pasangan MULIA diusung oleh enam partai politik, yaitu Partai Golkar, Partai Demokrat, Partai Perindo, Partai Hanura, Partai Ummat, dan Partai Bulan Bintang (PBB) (Yuliani, 2024). Dukungan dari berbagai partai ini menunjukkan soliditas politik yang dapat memperkuat posisi mereka dalam kontestasi Pilkada. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh beberapa lembaga penelitian, pada Agustus 2024 dalam survei perseorangan terkait popularitas dan elektabilitas yang dirilis oleh Charta Politika, dikutip dari detik.com Munafri menduduki peringkat pertama dengan angka 15,8 persen. Sedangkan survei yang dirilis oleh Script Survei Indonesia (SSI), Munafri tetap unggul di peringkat pertama dengan angka 19,17 persen. Selanjutnya, survei pada Oktober pasca penetapan masing-masing pasangan calon yang dimana proses kampanye pun telah berlangsung, rilis penelitian terkait survei politik menunjukkan presentase hasil survei pasangan calon Munafri Arifuddin – Aliyah Mustika Ilham (MULIA) cukup melejit, lembaga survei Indikator Politik Indonesia pada rilisan hasil survei Pilwalkot Makassar, menempatkan tingkat elektabilitas Pasangan

MULIA tertinggi diangka 36,7% dan berada di urutan pertama. Sedangkan hasil survei yang dilakukan oleh lembaga Celebes Research Center (CRC) menunjukkan bahwa Pasangan MULIA tetap konsisten duduk diperingkat pertama dengan presentase elektabilitas pada angka 44,75%. Dan pada tanggal 27 November 2024 Pasangan MULIA pun akhirnya berhasil meraih hasil positif dengan kemenangan pada hasil *quick count* beberapa lembaga survei resmi dikutip dari Detik.com Pasangan MULIA berhasil mencapai angka 55% dan dikutip dari Djournalist.com pada 29 November 2024 hasil real count tim internal MULIA dari rekapitulasi internal C1, Pasangan MULIA mendapatkan 320.711 suara. Keberhasilan ini menunjukkan tingkat elektabilitas yang tinggi serta penerimaan yang kuat dari masyarakat Makassar.

Berkaitan dengan hasil survei dan grafik presentase keterpilihan pasangan MULIA dalam berbagai temuan lembaga survei untuk Pilwalkot Makassar 2024 dapat dikaitkan dengan penerapan berbagai strategi kampanye mereka yang efektif, termasuk pemanfaatan kampanye melalui industri kreatif. Pasangan calon MULIA memiliki 7 poin misi yang kemudian disebut sebagai Asta Cita, salah satu poin misi dari 7 poin yang dimaksud ialah memperluas kesempatan kerja, mendorong kewirusahaan dan industri kreatif. Pada penjelasan sebelumnya, pasangan calon MULIA menerapkan strategi kampanye dengan memanfaatkan industri kreatif, yang sebenarnya keberadaan industri kreatif telah diakui dalam misi atau Asta Cita poin ketiga pasangan calon MULIA yang menyebut akan mendorong kemajuan para pelaku kewirausahaan dan pengembangan industri kreatif. Oleh karena itu, pasangan calon MULIA melalui tim pemenang sangat aktif mendorong keterlibatan pelaku industri kreatif, yakni para pengusaha ekonomi kreatif dan *influencer* sosial media. Hal tersebut, sebagai upaya tim pemenang mengakomodir kepentingan kelompok terkait, yang berkaitan dengan visi-misi pasangan calon dan bagian dari upaya mewujudkan misi atau Asta Cita politik tentang industri kreatif jika pasangan calon MULIA memenangkan Pilwalkot Makassar.

Industri kreatif memiliki unsur utama yakni kreativitas, keahlian dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual. Subsektor industri kreatif berdasarkan pemetaan Departemen Perdagangan Republik Indonesia dalam Analisis Perkembangan dan Peran Industri Kreatif untuk Menghadapi Tantangan MEA (2015), mengungkapkan subsektor yang termasuk dalam industri kreatif berbasis kreativitas berjumlah 14 jenis. Termasuk periklanan, fashion, kerajinan, desain, musik, riset dan pengembangan. Dalam hal tersebut, pasangan calon MULIA mengelaborasi industri kreatif sebagai peluang untuk memanfaatkan kampanye politik berbasis kreativitas melalui pembentukan *Mulia Creative Hub* yang memicu respon keterlibatan para pelaku industri kreatif di kota Makassar.

Penggunaan pendekatan kreatif dalam kampanye politik memungkinkan MULIA untuk menyampaikan visi dan misi mereka dengan cara yang lebih menarik dan mudah diingat oleh masyarakat. Hal ini tercermin dari konsistensi keunggulan MULIA dalam beberapa survei, seperti hasil CRC yang menunjukkan elektabilitas mereka berada jauh di atas pesaing terdekat. Pendekatan kreatif dalam kampanye ini mencakup hadirnya *Mulia Creative Hub* sebagai salah satu strategi kampanye kreatif Pasangan MULIA. Strategi ini tidak hanya membantu meningkatkan visibilitas pasangan calon, tetapi juga membangun koneksi emosional dengan pemilih generasi muda seperti Generasi Milenial dan Gen Z, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada tingginya dukungan yang tercermin dalam hasil survei. Keberadaan platform kreatif, seperti *Mulia Creative Hub*, menjadi salah satu ruang kreatif yang berperan dalam menyukseskan kampanye politik melalui pendekatan yang *out of the box* dan lebih personal.

Pendekatan industri kreatif dalam era digital semakin berkembang seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, yang memungkinkan ide-ide kreatif diolah, diproduksi, dan dipasarkan dengan cara yang lebih efisien dan menjangkau audiens yang lebih luas. Unsur utama industri kreatif adalah kreativitas, keahlian, dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual. Dalam beberapa tahun terakhir, industri kreatif telah menjadi salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi di banyak negara, termasuk Indonesia. Hal ini disebabkan oleh kemampuannya untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan kebutuhan konsumen yang semakin beragam (Kustanto, 2022). Selain itu, sektor ini juga memanfaatkan perkembangan teknologi digital yang

memungkinkan distribusi produk kreatif secara global dengan biaya yang lebih rendah dan efisiensi yang lebih tinggi.

Pendekatan tersebut didukung bersama dengan keberadaan platform digital seperti media sosial, *e-commerce*, dan aplikasi berbasis teknologi yang telah membuka peluang baru bagi pelaku industri kreatif untuk memperluas pasar mereka, baik di dalam negeri maupun internasional. Selain itu, pendekatan melalui industri kreatif demikian turut memberikan dampak positif dalam menciptakan lapangan kerja baru, mengurangi angka pengangguran, serta mendorong munculnya berbagai *startup* dan usaha kecil yang berbasis pada kreativitas. Pemerintah Indonesia sendiri telah memberikan perhatian serius terhadap pengembangan industri kreatif, dengan menciptakan berbagai kebijakan dan program yang mendukung pengusaha kreatif, termasuk penyediaan pelatihan, akses pendanaan, dan fasilitas infrastruktur yang memadai. Dengan demikian, industri kreatif tidak hanya berperan sebagai sektor ekonomi yang penting, tetapi juga sebagai agen perubahan dalam menciptakan budaya inovasi dan meningkatkan daya saing Indonesia di pasar global.

Eksistensi industri kreatif di Indonesia telah membawa pembaruan signifikan dalam dunia kontestasi politik. Dalam konteks politik, industri kreatif dapat dimanfaatkan sebagai alat kampanye untuk menyampaikan pesan yang lebih efektif dan menarik bagi masyarakat, terutama generasi muda yang cenderung tertarik pada konten kreatif. Industri kreatif ini merupakan bagian dari ekonomi kreatif. Dengan pendekatan yang menggabungkan kreativitas, inovasi, dan teknologi, industri kreatif mampu mengemas pesan politik yang kompleks menjadi lebih menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat luas. Dalam hal pendekatan ini Pasangan MULIA mencoba menghadirkan *Mulia Creative Hub* sebagai pusat kolaborasi yang berlokasi di Makassar.

Creative Hub dapat didefinisikan sebagai ruang yang dirancang untuk mendukung kolaborasi antar individu atau kelompok yang terlibat dalam industri kreatif. *Creative Hub* telah berkembang dengan dukungan dari pemangku kepentingan publik dan swasta, yang berkontribusi pada pertumbuhan mereka di berbagai kota di seluruh dunia (Komorowski *et al*, 2023). *Creative Hub* merupakan tempat bagi kreativitas pelaku ekonomi kreatif dalam bentuk infrastruktur fisik. Pembangunan *Creative Hub* bertujuan untuk mendukung aktivitas pelaku ekonomi kreatif dalam menciptakan karya terbaik mereka. Kehadiran *Creative Hub* di Indonesia lebih dari sekadar tempat kolaborasi antar subsektor ekonomi kreatif. Dalam hal ini, *Creative Hub* menjadi wadah bagi perajin atau pelaku industri kreatif dalam berbagai komunitas, investor, pemerintah, maupun media.

Creative Hub termasuk dalam industri kreatif karena memiliki peran signifikan dalam mendukung ekosistem kreatif. Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2024) menjelaskan bahwa “*The presence of the Creative Hub is a breath of fresh air for creative economy players in Indonesia. A Creative Hub is a place for creativity for creative economy actors in the form of physical infrastructure. The Creative Hub's construction aims to support creative economy actors' activities to create their best works. It can help creative economy players develop ideas and businesses more efficiently, build networks, and organize and strengthen ties with other creative economy players.*” Penjelasan tersebut dapat diinterpretasikan bahwa kehadiran *Creative Hub* adalah angin segar bagi para pelaku ekonomi kreatif di Indonesia. Dalam konteks ekonomi kreatif, keberadaan *Creative Hub* memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan industri kreatif lokal, memperkuat ekosistem inovasi, dan menciptakan nilai tambah bagi masyarakat. Sebagai wadah yang menghubungkan berbagai elemen kreatif, *Creative Hub* dapat berperan sebagai katalisator untuk pengembangan ide-ide baru yang dapat berdampak pada sektor lain, termasuk politik, bisnis, dan budaya.

Fungsi- fungsi *Creative Hub* secara umum menurut *British Council* (2017) dalam Feriyani (2020:15) adalah sebagai berikut:

1. Memberikan bantuan layanan dan fasilitas kepada masyarakat untuk mengembangkan ide, proyek, organisasi dan komunitas, termasuk pula acara pelatihan keterampilan dan pengembangan, baik dalam jangka panjang maupun pendek.
2. Memfasilitasi jaringan dan hubungan kolaborasi antar pelaku industri kreatif.

3. Sebagai tempat pusat penelitian dan pengembangan, lembaga, dan industri kreatif.
4. Memperjuangkan dan mengembangkan bakat, mengeksplorasi batas-batas kontemporer dan mengambil risiko menuju inovasi.
5. Sebagai media komunikasi, edukasi, kepada masyarakat luas agar mau terlibat dan aktif berkomunikasi strategi dalam bidang industri kreatif.

Creative Hub juga berfungsi sebagai jembatan antara ide kreatif dan implementasi komersial, memungkinkan para pelaku industri kreatif untuk mengembangkan proyek mereka menjadi produk atau layanan yang lebih terstruktur dan siap dipasarkan. Selain itu, keberadaan *Creative Hub* dapat mempercepat proses inovasi dengan menyediakan akses kepada berbagai sumber daya, seperti investor, mentor, dan peluang kolaborasi dengan perusahaan atau lembaga lain. Dalam konteks ini, *Creative Hub* juga berperan sebagai pusat ekosistem yang menghubungkan kreator dengan pasar yang lebih luas, baik lokal maupun global.

Mulia Creative Hub adalah inisiatif yang diresmikan oleh Pasangan Calon (Paslon) Walikota dan Wakil Walikota Makassar, Munafri Arifuddin dan Aliyah Mustika Ilham (MULIA), pada 29 September 2024. Terletak di Jalan Balaikota Makassar. Dalam hal ini, *Creative Hub* yang merupakan bagian dari industri kreatif ini berfungsi sebagai pusat kolaborasi dan pengembangan kreativitas bagi pemuda, menyediakan ruang untuk berkumpul, berinovasi, dan mengembangkan keterampilan kewirausahaan. Hadirnya *Mulia Creative Hub* ini diinisiasi oleh Pasangan MULIA dan akhirnya direalisasikan oleh para tim sukses yang juga mempunyai minat dan bekerja di dunia industri kreatif, salah satunya Dara Nasution yang merupakan *Master of Campaign* dari Paslon MULIA, serta mempunyai jabatan sebagai *Head of Digital* di Golkar Institute. Pendirian *Mulia Creative Hub* ini merupakan salah satu program unggulan serta bentuk kampanye yang melibatkan industri kreatif dari Paslon MULIA yang berfokus pada pemberdayaan generasi muda dan menciptakan ruang kolaboratif yang mendukung kreativitas yang sejalan dengan konsep dari industri kreatif.

Ketersediaan fasilitas yang mendukung kolaborasi dan pengembangan ide, *hub* ini dapat menjadi tempat dimana pesan politik disampaikan dengan cara yang lebih menarik dan relevan bagi pemilih muda. Walaupun bukan diwadahi langsung oleh pemerintah daerah, *hub* ini menjadi tempat berkumpul bagi para masyarakat Makassar terkhusus para generasi muda untuk berkreasi dan berkolaborasi melalui berbagai kegiatan produktif, inisiatif ini tidak hanya memberikan gambaran konkret tentang komitmen pasangan calon MULIA, terhadap pengembangan ekonomi kreatif di kota, tetapi juga mencerminkan nilai inklusivitas dengan mengundang semua kalangan untuk berpartisipasi. Selain itu, *Mulia Creative Hub* diharapkan dapat menjadi jantung ekonomi kreatif kota, mendukung usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) serta inovator muda. Dengan demikian, *hub* ini bukan hanya sekadar tempat fisik, tetapi juga simbol dari gerakan kreatif yang mampu menarik dukungan luas dari masyarakat.

Mulia Creative Hub ini termasuk dalam visi misi dan program kerja Pasangan MULIA. Dengan visi untuk meningkatkan potensi pemuda dan sebagai bentuk kampanye untuk menarik perhatian generasi muda, Paslon MULIA telah melaksanakan program seperti *Mulia Skill Academy* yang menawarkan pelatihan atau workshop dalam berbagai bidang yang sangat bermanfaat untuk para masyarakat karena sengaja difokuskan agar dapat mengasah keterampilan praktis yang langsung dapat diterapkan di dunia kerja. Program ini diharapkan mampu menciptakan lebih banyak lapangan kerja dan memberdayakan anak muda yang belum memiliki keterampilan khusus. Hal ini merupakan bentuk keseriusan Pasangan MULIA terhadap pengembangan industri kreatif serta merupakan bentuk kampanye politik yang dapat menarik dukungan dari pelaku kreatif. Keberadaan *hub* ini mencerminkan upaya untuk mengintegrasikan nilai-nilai kreatif dalam strategi kampanye.

Sebagai paslon yang mendukung pengembangan industri kreatif, dalam kampanye politiknya, Munafri mencoba untuk berdialog langsung dengan para pelaku industri kreatif untuk memahami tantangan dan peluang yang mereka hadapi. Ia mendengarkan aspirasi mereka dan berbagi visi tentang bagaimana *Mulia Creative Hub* dapat menjadi katalisator pertumbuhan ekonomi kreatif di kota ini. Melalui pendekatan ini, MULIA mendemonstrasikan pemahaman mereka tentang pentingnya sektor kreatif dalam

pembangunan ekonomi kota. Mereka tidak hanya berbicara tentang dukungan terhadap industri kreatif, tetapi juga menunjukkan tindakan nyata dengan terlibat langsung dan membangun *hubungan* dengan para pelaku industri kreatif di lapangan. Strategi kampanye ini dapat dijadikan sebagai sentimen positif dari komunitas kreatif Makassar. Karena pendekatan MULIA dapat dikatakan sebagai langkah maju dalam politik lokal, yang tidak hanya fokus pada infrastruktur fisik tetapi juga pada pengembangan sumber daya manusia dan ekonomi kreatif.

Industri kreatif telah menjadi elemen penting dalam kampanye politik modern, mencerminkan pergeseran signifikan dalam cara politisi berkomunikasi dengan pemilih. Keberhasilan tren industri kreatif dalam kampanye politik terlihat dari meningkatnya *engagement* dan jangkauan pesan kampanye, terutama di kalangan pemilih muda. Pendekatan industri kreatif ini terbukti efektif dalam membangun citra positif dan meningkatkan popularitas kandidat, terutama di kalangan Generasi Milenial dan Gen Z yang merupakan pengguna aktif media sosial. Kampanye kreatif juga berhasil mengubah persepsi politik yang sebelumnya dianggap kaku dan membosankan menjadi lebih dinamis dan menarik. Hal ini terlihat dari meningkatnya partisipasi pemilih muda dalam diskusi politik *online* dan *offline*. Selain itu, kolaborasi dengan industri kreatif juga memungkinkan tim kampanye untuk merespon isu-isu terkini dengan cepat dan tepat. Keberhasilan ini tidak hanya terlihat dari meningkatnya jumlah *followers* dan *engagement* di media sosial, tetapi juga tercermin dalam hasil survei elektabilitas yang menunjukkan peningkatan dukungan terhadap kandidat yang menggunakan pendekatan kreatif dalam kampanyenya.

Tren industri kreatif dalam kampanye politik di Indonesia telah menunjukkan potensi yang besar, namun tidak semua upaya berhasil mencapai tujuannya. Kegagalan dalam menerapkan strategi industri kreatif untuk kampanye politik dapat disebabkan oleh beberapa faktor, contohnya masalah utama dalam kampanye politik adalah komodifikasi pesan yang sering kali mengarah pada ketidakautentikan. Dalam industri kampanye politik di Indonesia, terdapat fenomena komodifikasi yang mengubah akal sehat menjadi produk yang dijual kepada pemilih, hal ini dapat mengurangi kepercayaan pemilih terhadap pesan yang disampaikan, karena mereka merasa bahwa pesan tersebut tidak tulus dan hanya bertujuan untuk meraih suara (Martnasti, 2021). Ketidakautentikan ini dapat mengakibatkan pemilih merasa skeptis dan tidak *terhubung* dengan kandidat atau partai politik. Penggunaan media sosial yang tidak efektif juga seringkali menjadi kegagalan dalam kolaborasi antara industri kreatif dan kampanye politik, meskipun media sosial telah menjadi alat penting dalam kampanye politik, penggunaannya sering kali tidak optimal, terlebih dengan maraknya kampanye hitam yang dilakukan melalui media sosial. Penggunaan kampanye hitam yang efektif di media sosial dapat menciptakan suasana ketidakpercayaan di kalangan pemilih, sehingga mengurangi kualitas demokrasi. (Pane, 2020) Hal ini menunjukkan bahwa meskipun media sosial menawarkan banyak kelebihan, seperti interaksi langsung dengan pemilih, penggunaan yang tidak bijak dapat menyebabkan kesalahpahaman dan konflik (Hayat, Jayadiningrat, & Wibisono, 2021).

Peneliti melalui penelitian ini, berupaya untuk menganalisis peran strategis *Mulia Creative Hub* bersama para komunitas lokal dalam lanskap kampanye politik kontemporer, khususnya dalam mengoptimalkan potensi industri kreatif untuk mempengaruhi preferensi pemilih dan memberdayakan generasi muda di Kota Makassar. Urgensi penelitian ini semakin relevan mengingat tren pemanfaatan industri kreatif sebagai wadah pengembangan ide, kreativitas, dan teknologi yang dapat berkontribusi signifikan dalam transformasi kampanye politik. Terlebih dengan hadirnya bonus demografi dan meningkatnya peran generasi muda dalam dinamika politik, pemahaman mendalam tentang strategi pemberdayaan industri kreatif dalam konteks kampanye politik menjadi semakin krusial untuk dieksplorasi secara komprehensif. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan wawasan tentang bagaimana cara menarik perhatian generasi muda seperti generasi milenial dan gen z, sehingga mereka dapat berpartisipasi aktif dalam proses demokrasi. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya bermanfaat bagi pengembangan *Mulia Creative Hub*, tetapi juga dapat memberikan kontribusi positif terhadap dinamika kampanye politik yang lebih inklusif dan inovatif di Indonesia.

Mulia Creative Hub menjadi fokus utama sebagai studi yang menarik untuk diteliti karena menggabungkan dua elemen penting yang saling mempengaruhi: industri kreatif dan politik. *Mulia Creative*

Hub sebagai pusat inovasi dan kreativitas di Makassar berpotensi menjadi alat strategis dalam kampanye politik, terutama bagi Pasangan MULIA yang ingin menjangkau generasi muda dan komunitas kreatif. Penelitian ini juga dapat mengeksplorasi bagaimana industri kreatif dapat digunakan untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam proses politik. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai wujud keterlibatan *Mulia Creative Hub* dan komunitas lokal dalam memanfaatkan industri kreatif sebagai alat kampanye Pasangan MULIA. Dengan demikian, dari latar belakang ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pemanfaatan Industri Kreatif dalam Kampanye Politik: Studi tentang Keberadaan *Mulia Creative Hub*”**

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian penjelasan Latar Belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan di angkat pada penelitian ini yaitu: **Bagaimana wujud keterlibatan *Mulia Creative Hub* dan komunitas lokal dalam kampanye Pasangan MULIA pada Pemilihan Walikota Makassar tahun 2024?**

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menggambarkan dan menjelaskan bagaimana wujud keterlibatan *Mulia Creative Hub* dan para komunitas dalam kampanye Pasangan MULIA pada Pemilihan Walikota Makassar tahun 2024.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis :
 - a. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada tingkat strata satu (S1) untuk memperoleh gelar sarjana pada Departemen Ilmu Politik dan Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
 - b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai pengembangan dan bahan rujukan literatur bagi penelitian yang akan datang dalam rangka peningkatan ilmu politik.
2. Manfaat Praktis :
 - a. Sebagai bahan rujukan bagi masyarakat yang berminat mengetahui pemanfaatan industri kreatif dalam kampanye politik.
 - b. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan bacaan yang bermanfaat bagi khalayak publik khususnya terkait pemanfaatan industri kreatif dalam konteks politik.

Tinjauan Pustaka

1.5 Ruang Publik

Pada mulanya, konsep ruang publik adalah suatu wilayah yang muncul pada ruang masyarakat borjuis, ruang yang menjadi perantara masyarakat sipil dengan negara, yang mana publik mengorganisir dirinya dan dimana opini publik dapat dibangun. Kategori ruang publik semacam ini dapat ditemui dalam realitas sejarah masyarakat Inggris dan Prancis pada pertengahan abad ke-17, dimana kedai-kedai kopi menjadi pusat kritik yang di dalamnya mulai muncul kelompok baru di antara para intelektual borjuis dan masyarakat aristokrat melahirkan sebuah kelompok terdidik yang memiliki kesamaan dalam cara pola berpikir. Konsep ruang publik memasuki dimensi baru dengan mulai mudarnya kelompok borjuis dalam konteks masyarakat industri yang makin maju dan munculnya demokrasi massa (Habermas, 2010).

Konsep Ruang publik merupakan syarat penting dalam berdemokrasi, ruang publik adalah tempat warga berkomunikasi mengenai kegelisahan-kegelisahan politis warga (Habermas, 2010). Selain itu, ruang publik merupakan wadah warga negara dimana dengan bebas dapat menyatakan sikap dan argumen mereka terhadap negara atau pemerintah. Ruang publik harus bersifat bebas, terbuka, transparan dan tidak ada intervensi pemerintah atau otonom di dalamnya, karena ruang publik juga merupakan ruang demokratis atau wahana diskursus masyarakat, yang mana warga negara dapat menyuarakan dan menyatakan opini, kepentingan dan kebutuhan-kebutuhan mereka secara diskursif (Habermas, dalam Hadirman 2010). Dari ruang publik ini dapat terhimpun kekuatan solidaritas masyarakat warga untuk menyuarakan aspirasi-aspirasi atas kegelisahan dan ketidakadilan sosial yang terjadi di masyarakat.

Menurut Jurgen Habermas (2010) bahwa terdapat 4 syarat untuk terciptanya suatu ruang publik, yaitu meliputi 1). Status orang tidak dipersoalkan, 2). Adanya bahan yang didiskusikan yaitu apa-apa yang sebelumnya belum dipertanyakan (baik itu pemerintah atau masyarakat), 3). Keputusan atau kesepakatan yang diambil berdasarkan pada diskusi secara rasional, dan 4). Publik yang dimaksud adalah yang bersifat inklusif dan eksklusif. Dari 4 syarat di atas menjelaskan bahwa ruang publik merupakan sebuah ruang suatu tempat untuk mendiskusikan apapun yang menjadi keinginan mereka dan ketika semua pendapat telah dimunculkan maka selanjutnya akan sampai kepada keputusan-keputusan tertentu.

Relevansi konsep ruang publik Habermas dengan penelitian ini terletak pada pemahaman bagaimana *Mulia Creative Hub* membentuk rumah kolaborasi sebagai pusat ruang publik yang diharapkan menjadi wadah aspirasi bagi seluruh lapisan masyarakat Kota Makassar.

1.6 Kewirausahaan Politik

Political Entrepreneurship (Kewirausahaan Politik) yang dikemukakan oleh McCaffrey menekankan peran penting individu atau kelompok dalam menciptakan perubahan politik melalui inovasi dan pengambilan risiko. Dalam konteks ini, kewirausahaan politik tidak hanya terbatas pada tindakan bisnis, tetapi juga mencakup kemampuan untuk mengidentifikasi peluang dalam lanskap politik yang ada, menyusun strategi yang kreatif, serta mengelola sumber daya untuk mencapai tujuan politik tertentu. McCaffrey berpendapat bahwa kewirausahaan politik melibatkan aktor yang memiliki visi untuk menciptakan solusi baru terhadap masalah-masalah politik, dengan cara menggugah, memotivasi, dan mengorganisir kelompok-kelompok tertentu untuk mendukung ide atau agenda yang diusung. Konsep ini menyoroti pentingnya peran inovasi dalam politik, baik dalam bentuk kebijakan baru, cara-cara berkomunikasi dengan publik, maupun dalam strategi pemenangan yang lebih adaptif dengan perubahan zaman.

McCaffrey dan Salerno (2011) memberikan pernyataan lebih dalam mengenai kewirausahaan politik yang dapat dipahami sebagai konsep yang menghubungkan fungsi kewirausahaan dalam ekonomi pasar dengan operasi dalam ranah politik dimana individu yang terlibat bertindak sebagai wirausahawan dalam mengelola sumber daya yang diperoleh oleh negara untuk tujuan produksi yang seharusnya tidak terjadi dalam kondisi normal tanpa intervensi negara. Dalam hal tersebut maka kewirausahaan politik tidak hanya berfokus pada individu atau kepribadian ekonomi melainkan lebih kepada fungsi ekonomi yang mereka jalankan dalam konteks politik. Para wirausahawan politik tersebut bertanggung jawab untuk

mengarahkan sumber daya yang dikuasai oleh negara yaitu seperti anggaran atau kebijakan publik ke dalam proses-proses produksi atau inisiatif yang dapat memenuhi kebutuhan sosial yang belum terpenuhi di pasar bebas. McCaffrey dan Salerno (2011) mengilustrasikan, sama halnya dengan seorang pengusaha yang mengelola sumber daya untuk memproduksi barang di pasar, wirausahawan politik memanfaatkan kebijakan atau anggaran negara guna mencapai sasaran politik tertentu, seperti pembangunan, kesejahteraan sosial, atau berbagai program lainnya.

McCaffrey menekankan pentingnya inovasi dalam strategi kampanye politik, di mana aktor politik harus mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan dan kebutuhan pemilih. Dalam konteks ini, kewirausahaan politik tidak hanya dilihat dari sudut pandang ekonomi, tetapi juga sebagai suatu proses yang melibatkan perubahan sosial dan politik. Menurut Mintardjo *et al.* (2020), Kewirausahaan politik dapat dipahami sebagai suatu integrasi antara dua disiplin ilmu sosial, yaitu ekonomi dan politik. Sebagai turunan dari teori kewirausahaan dalam ilmu ekonomi kewirausahaan politik merujuk pada proses menciptakan dan mengejar peluang dengan memanfaatkan sumber daya yang dikuasai atau dikendalikan oleh individu atau kelompok tertentu. Pada kenyataannya bahwa kewirausahaan tidak hanya dilihat sebagai upaya dalam menciptakan nilai ekonomi, tetapi juga mencakup dimensi politis yang berkaitan dengan pengelolaan sumber daya dalam ranah kekuasaan dan kebijakan publik. Hal tersebut menunjukkan bahwa kewirausahaan politik berfokus pada bagaimana aktor politik baik pejabat negara maupun lembaga pemerintahan yang menggunakan wewenang mereka untuk mengelola dan mengalokasikan sumber daya guna mencapai tujuan-tujuan yang lebih luas yaitu seperti kesejahteraan sosial dan pembangunan negara (Abdillah, 2023).

Dalam pengembangan teori kewirausahaan politik, McCaffrey menyoroti bahwa keberhasilan dalam arena politik tidak hanya bergantung pada ide atau program yang diusung, tetapi juga pada kemampuan aktor politik untuk berinovasi dan beradaptasi dengan dinamika sosial dan ekonomi yang terus berubah. Dalam konteks ini, kewirausahaan politik dapat dilihat sebagai proses yang melibatkan identifikasi peluang, pengambilan risiko, dan pengelolaan sumber daya secara strategis untuk mencapai tujuan tertentu. Teori kewirausahaan politik McCaffrey mengingatkan kita bahwa perubahan politik tidak selalu datang dari struktur atau institusi yang ada, tetapi sering kali muncul dari individu atau kelompok yang berani untuk berpikir berbeda dan mengambil tindakan berisiko. Dalam konteks ini, kewirausahaan politik mengajak aktor-aktor politik untuk tidak hanya berfokus pada pencapaian kekuasaan, tetapi juga pada pemberdayaan masyarakat, menciptakan solusi yang inovatif, dan menyelesaikan masalah yang ada dalam sistem politik.

McCaffrey dan Joseph T. Salerno (2011) mengidentifikasi tiga aliran pemikiran utama yang membentuk dasar teori kewirausahaan politik yang penting untuk memahami dinamika praktik kewirausahaan politik oleh aktor-aktor yang terlibat dalam politik. Pertama, aliran pemikiran *public choice* melihat aktor kewirausahaan politik sebagai individu yang peka terhadap peluang dalam sistem politik yang ada. Namun, peluang yang berasal dari kekuasaan atas sumber daya publik sering disalahgunakan demi kepentingan pribadi, yang akhirnya menyebabkan perilaku lebih mementingkan diri sendiri daripada kesejahteraan masyarakat. Kedua, aliran pemikiran *alertness and discovery* yang berkembang dari teori kewirausahaan Israel Kirzner. Dalam pandangan ini, aktor kewirausahaan politik dianggap sebagai individu yang peka terhadap masalah sosial dan politik yang ada (*alertness*), serta memiliki kemampuan untuk menemukan solusi inovatif atau kebijakan baru untuk mengatasi tantangan tersebut (*discovery*). Ketiga, aliran pemikiran *new institutionalism* yang merupakan perpaduan antara *public choice* dan *alertness and discovery*. Aliran ini fokus pada bagaimana aktor kewirausahaan politik, melalui tindakan politiknya, berusaha menciptakan solusi inovatif yang tidak hanya menyelesaikan masalah yang ada saat ini, tetapi juga berpotensi mengubah dan merombak struktur institusi politik yang ada, sehingga menghasilkan perubahan sistemik dari aktivitas kewirausahaan tersebut. Menurut Yusuf Abdillah (2023) Ketiga cabang pemikiran tersebut memberikan kerangka kerja yang lebih komprehensif untuk memahami peran aktor politik dalam menciptakan dan memanfaatkan peluang dalam dunia politik yang kompleks.

Secara fundamental bahwa konsep kewirausahaan politik memberikan kerangka bagi aktor-aktor politik untuk mengelola dan menjalankan pemerintahan dengan mengedepankan kebutuhan serta kepentingan masyarakat secara luas. Konsep tersebut mendorong partisipasi aktif dari masyarakat sipil dalam proses pembuatan kebijakan yang pada gilirannya dapat mendorong para pemangku kepentingan politik untuk merumuskan kebijakan-kebijakan inovatif yang sesuai dengan tuntutan publik. Dalam teori kewirausahaan politik bahwa aktor politik dipandang sebagai individu yang memiliki kontrol penuh atas sumber daya yang ada, tanpa ketergantungan pada otoritas atau pihak lain. Dengan begitu maka aktor politik berfungsi layaknya seorang wirausahawan dalam ranah politik dengan memanfaatkan kekuasaan dan sumber daya yang dimiliki dengan tingkat kebebasan yang tinggi serta berinovasi dalam merumuskan kebijakan yang dapat memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat (Noorikhshan *et al.*, 2014).

Relevansi konsep kewirausahaan politik McCaffrey dengan penelitian ini terletak pada pemahaman bagaimana *Mulia Creative Hub*, bersama para komunitas yang terlibat sebagai bagian dari industri kreatif, berperan sebagai agen perubahan dalam kampanye politik Pasangan MULIA. Dalam konteks ini, *Mulia Creative Hub* dapat dianggap sebagai contoh kewirausahaan politik yang memanfaatkan inovasi dan kreativitas untuk memperkuat pesan kampanye dan membangun *hubungan* yang lebih dekat dengan pemilih.

1.7 Teori Jaringan

Menurut Ward, Stovel, dan Sacks (2011) jaringan adalah konsep yang mengacu pada struktur organisasi yang terdiri dari pola-pola interaksi antara para anggotanya. Teori jaringan sendiri merupakan sebuah pendekatan analitis yang berfokus pada *hubungan* antara individu, kelompok, atau entitas lainnya dalam suatu sistem sosial. *Hubungan-hubungan* tersebut biasanya divisualisasikan dalam bentuk grafik jaringan, dimana setiap simpul (*nodes*) mewakili aktor, dan setiap *penghubung* (*edges*) menggambarkan *hubungan* antar aktor tersebut. Lebih dari sekadar menjelaskan adanya *hubungan*, teori jaringan juga memberikan perhatian pada pola-pola interaksi yang muncul dan dampaknya terhadap berbagai aspek kehidupan, seperti perilaku sosial, politik, atau ekonomi. Misalnya, dalam analisis jaringan sosial, struktur jaringan dapat memengaruhi bagaimana sekelompok orang bekerja sama, berbagi informasi, atau mencapai tujuan bersama. Pola jaringan ini bisa menjadi peluang yang mendukung keberhasilan suatu aktivitas, tetapi juga dapat menjadi hambatan yang menghalangi tercapainya tujuan tertentu. Ward, Stovel, dan Sacks (2011) menyatakan bahwa analisis jaringan politik menawarkan sebuah kerangka untuk memahami bagaimana *hubungan* antar aktor-aktor politik, baik itu individu, organisasi, maupun institusi, dapat memengaruhi aliran informasi, kekuasaan, dan pengaruh di dalam suatu sistem politik. Dengan memetakan pola interaksi antar simpul dalam jaringan tersebut, teori jaringan memberikan wawasan penting tentang bagaimana *keterhubungan* antara aktor-aktor ini dapat memengaruhi proses pengambilan keputusan maupun penyebaran pengaruh politik (Ward, Stovel, & Sacks, 2011).

Dalam ilmu sosial dan politik, jaringan dapat dikategorikan menjadi beberapa jenis berdasarkan struktur dan tujuan yang dimilikinya. Struktur jaringan yang berbeda akan menghasilkan pola interaksi yang berbeda pula, yang pada akhirnya akan memengaruhi cara jaringan tersebut berfungsi dan dampak yang dihasilkannya. Jaringan tersebut dapat dibagikan menjadi empat, yaitu:

1. Jaringan Hierarki

Jaringan hierarki adalah sebuah sistem yang memiliki struktur terorganisir, di mana setiap elemen atau komponen di dalamnya disusun berdasarkan tingkat atau lapisan tertentu. Dalam jaringan ini, *hubungan* antar elemen diatur sedemikian rupa sehingga alur komunikasi, informasi, atau instruksi mengalir dari tingkat paling atas ke tingkat-tingkat di bawahnya secara bertahap. Tingkat atas biasanya bertindak sebagai pusat kendali atau pengambilan keputusan utama, sementara tingkat di bawahnya berfungsi untuk melaksanakan tugas-tugas tertentu berdasarkan arahan dari atas. Struktur ini sering kali digunakan untuk menciptakan kejelasan dan efisiensi dalam pengelolaan sistem yang kompleks. Salah satu keunggulan jaringan hierarki adalah kemudahan dalam mengelola dan mengawasi sistem, karena alur informasi yang terpusat membantu mencegah kebingungan atau tumpang tindih tugas. Namun, di sisi lain, struktur ini juga memiliki kelemahan, seperti potensi terjadinya keterlambatan dalam pengambilan keputusan apabila terlalu banyak lapisan yang harus dilalui. Meski demikian, jaringan hierarki tetap menjadi salah satu pendekatan yang paling umum digunakan dalam berbagai bidang, termasuk bisnis, pemerintahan, dan teknologi.

2. Jaringan Desentralisasi

Dalam jaringan desentralisasi, semua simpul atau node saling *berhubungan* secara setara tanpa adanya pihak yang memiliki kendali penuh atau menjadi aktor dominan. Setiap simpul memiliki peran yang sama dalam menjaga kestabilan dan kelangsungan jaringan. Tidak ada otoritas pusat yang mengatur atau mengontrol keseluruhan jaringan, sehingga keputusan dan aktivitas dilakukan secara kolektif oleh semua simpul yang terlibat. Model ini memberikan keunggulan berupa ketahanan yang lebih tinggi terhadap kegagalan sistem, karena jika salah satu simpul mengalami masalah, simpul lainnya tetap dapat beroperasi dengan normal tanpa terganggu. Selain itu, pendekatan desentralisasi juga meningkatkan transparansi dan kepercayaan karena tidak bergantung pada satu entitas tunggal.

3. Jaringan *Hub-and-Spoke*

Jaringan ini bekerja dengan prinsip bahwa ada beberapa simpul utama atau pusat (*hub*) yang menjadi *penghubung* utama dalam sistem. Simpul-simpul utama ini memiliki banyak *hubungan* atau koneksi dengan simpul-simpul lainnya yang lebih kecil atau berada di pinggiran (*spoke*). Dalam model ini, setiap simpul kecil tidak langsung saling *terhubung*, tetapi mereka *terhubung* melalui simpul utama. Dengan kata lain, simpul utama berfungsi sebagai pusat komunikasi atau distribusi, sehingga mempermudah pengelolaan dan mengurangi kompleksitas jaringan secara keseluruhan. Model ini sering digunakan dalam sistem transportasi, logistik, atau jaringan komunikasi untuk menciptakan efisiensi dan organisasi yang lebih baik.

4. Jaringan Kecil Dunia (*Small-World Networks*)

Jaringan kecil dunia adalah jenis jaringan yang memiliki karakteristik unik. Di dalam jaringan ini, sebagian besar koneksi terjadi secara lokal, artinya *node-node* yang berdekatan saling *terhubung* dengan erat. Namun, yang membuatnya istimewa adalah adanya beberapa koneksi yang menjangkau jarak jauh atau lintas bagian jaringan. Koneksi lintas jaringan ini sangat penting karena memungkinkan informasi menyebar dengan lebih cepat dan efisien ke seluruh jaringan. Dengan kata lain, meskipun sebagian besar *hubungan* terjadi dalam lingkup kecil, beberapa "jembatan" antar-*node* mempercepat aliran informasi ke bagian lain jaringan, membuat jaringan ini sangat efektif dalam menyebarkan data atau ide.

Analisis jaringan merupakan pendekatan yang digunakan untuk memahami struktur dan dinamika *hubungan* antar aktor dalam sebuah jaringan. Teori jaringan sangat relevan dan cocok untuk digunakan dalam penelitian ini karena memberikan kerangka kerja yang efektif untuk memetakan dan menganalisis *hubungan* yang kompleks antara berbagai aktor yang terlibat dalam suatu proses, termasuk dalam kampanye politik. Dalam penelitian ini, teori jaringan berfungsi untuk menggambarkan bagaimana interaksi antar aktor baik individu maupun kelompok dapat mempengaruhi dinamika dan keberhasilan kampanye

politik. Setiap *hubungan* dalam jaringan tersebut memiliki peran penting dalam menentukan arah dan strategi yang diambil dalam kampanye.

Dengan memahami pola-pola jaringan yang terbentuk antara aktor-aktor tersebut, penelitian ini menggali lebih dalam tentang bagaimana setiap koneksi atau *hubungan* yang terjalin berkontribusi pada tujuan bersama. Dalam konteks ini, *Mulia Creative Hub* memiliki peran yang sangat strategis, di mana mereka menciptakan dan menghubungkan berbagai pihak dalam hal ini komunitas lokal dari sektor yang berbeda baik itu sektor politik, sosial, budaya, maupun ekonomi untuk saling bekerja sama. Dengan kata lain, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *Mulia Creative Hub* memainkan peran penting dalam membangun koneksi lintas sektor yang efektif dan saling mendukung, sehingga tujuan politik yang ingin dicapai dapat terlaksana dengan lebih baik. Jaringan yang kuat dan terstruktur dengan baik ini menjadi faktor kunci yang dapat memperkuat dan mempercepat proses kampanye politik menuju keberhasilan.

1.8 Penelitian Terdahulu

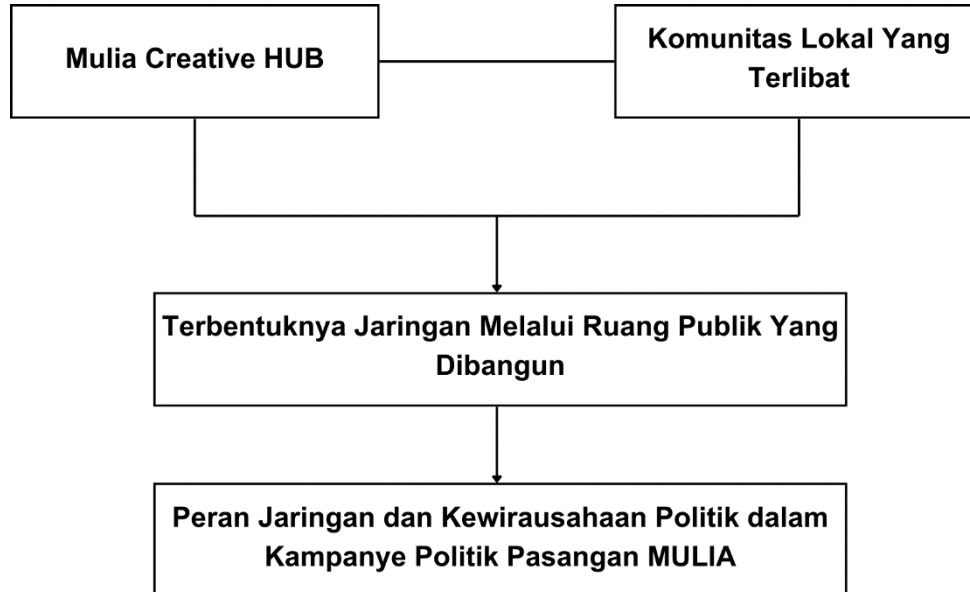
Dalam memperkaya referensi maka pencarian penelitian terdahulu merupakan bagian dari usaha peneliti untuk mencari sumber data dan sebagai bahan perbandingan untuk penelitian berikutnya. Penelitian terdahulu memberikan manfaat untuk menunjukkan urgensi dari sebuah penelitian. Berikut ini merupakan beberapa penelitian terdahulu yang mempunyai kaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu:

1. Penelitian pertama yang peneliti gunakan adalah penelitian skripsi milik Sofia Almaidah dengan judul **“Jaringan Politik Dalam Pemilihan Walikota Makassar (Studi Kasus Kemenangan Danny Pomanto-Fatmawaty Rusdi Dalam Pilwalkot Makassar 2020)”** pada Tahun 2022. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jaringan yang dibentuk oleh Komunitas Gerakan RT/RW Makassar (GR2M) memiliki peran yang sangat penting dalam mendekatkan masyarakat dengan visi dan misi calon pemimpin daerah. Komunitas ini bekerja keras untuk merangkul berbagai lapisan masyarakat dengan membangun komunikasi yang erat, tidak hanya antara anggota tim, tetapi juga langsung dengan warga di berbagai lingkungan. Upaya ini dilakukan melalui pendekatan langsung, seperti turun ke lapangan untuk mendengarkan keluhan, berdiskusi, dan memahami kebutuhan masyarakat secara langsung. Pendekatan yang diterapkan oleh komunitas ini terbukti sangat efektif dalam membangun kepercayaan masyarakat. Dengan hadir secara langsung di tengah-tengah warga, mereka mampu menciptakan *hubungan* yang lebih personal, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan lebih baik. Selain itu, cara ini juga membantu masyarakat merasa lebih dilibatkan dalam proses pengambilan keputusan dan memberikan dukungan yang lebih tulus kepada calon pemimpin yang diusung. Kekompakan yang ditunjukkan oleh tim Komunitas RT/RW ini menjadi salah satu kekuatan utama dalam mendapatkan kepercayaan masyarakat. Mereka tidak hanya sekadar menjalankan tugas, tetapi juga menerapkan strategi-strategi yang matang untuk mendekati warga, seperti mengadakan pertemuan rutin, melibatkan tokoh masyarakat setempat, dan menunjukkan kepedulian nyata terhadap masalah yang dihadapi. Peran aktif yang dijalankan oleh komunitas ini, ditambah dengan koordinasi yang baik antaranggota, semakin memperkuat keyakinan masyarakat bahwa pasangan calon Danny Pomanto dan Fatmawati Rusdi adalah sosok yang mampu membawa perubahan positif bagi Kota Makassar. Dengan usaha yang konsisten, strategi yang terarah, dan pendekatan yang humanis, Komunitas GR2M berhasil menjadi jembatan yang menghubungkan aspirasi masyarakat dengan visi calon pemimpin. Dukungan yang mereka bangun tidak hanya bersifat sementara, tetapi mencerminkan kepercayaan masyarakat terhadap kemampuan pasangan Danny Pomanto dan Fatmawati Rusdi dalam memimpin kota ini menuju masa depan yang lebih baik (Almaidah, 2022).
2. Penelitian kedua adalah penelitian yang ditulis oleh Sholihatus Ulfa dan Warsono berjudul **“Strategi Calon Walikota Surabaya 2020 Eri Cahyadi dan Armuji dalam Memenangkan**

Pilwali di Surabaya” pada Tahun 2021. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa kemenangan Eri Cahyadi dalam Pemilihan Walikota Surabaya (Pilwali) tahun 2020 dicapai melalui kombinasi strategi ofensif dan defensif. Strategi ofensif digunakan untuk menarik pemilih baru. Caranya adalah dengan menyampaikan pesan politik melalui tagline “Meneruskan Kebaikan”, melaksanakan kampanye langsung ke masyarakat, membangun jaringan relawan, serta memanfaatkan isu-isu politik yang relevan. Pendekatan ini dirancang untuk menggandeng mereka yang belum menentukan pilihan atau baru pertama kali memilih. Sementara itu, strategi defensif difokuskan untuk mempertahankan dukungan dari pemilih tetap sekaligus memperkuat *hubungan* dengan pemilih musiman. Salah satu langkah yang sangat efektif adalah menjadikan Tri Rismaharini sebagai political branding. Selama menjabat sebagai Walikota Surabaya, Tri Rismaharini dikenal dengan kinerjanya yang baik, sehingga namanya mampu memberikan pengaruh besar pada citra pasangan calon yang diusung. Selain itu, tim sukses juga memanfaatkan dukungan langsung dari Tri Rismaharini, antara lain melalui kampanye yang didampingi oleh dirinya. Hal menarik lainnya adalah penggunaan “surat cinta”, yaitu surat yang berisi pesan dukungan kepada masyarakat Surabaya dan ditandatangani langsung oleh Tri Rismaharini. Kemenangan Eri Cahyadi juga diperkuat oleh kerja keras mesin politik PDI-Perjuangan yang telah mendominasi Pilwali Surabaya selama dua dekade terakhir. Kombinasi strategi yang matang, dukungan personal dari tokoh berpengaruh, dan kekuatan partai yang solid menjadi faktor kunci yang membawa pasangan Eri Cahyadi dan Armuji meraih kemenangan di Pilwali Surabaya 2020 (Ulfa & Warsono, 2021).

Dari kedua penelitian dapat disimpulkan bahwa penelitian-penelitian yang sudah ada memberikan pemahaman yang mendalam mengenai pentingnya dan keunikan jaringan politik dalam berbagai konteks pemilihan umum. Berbagai studi yang telah dikaji menunjukkan perbedaan fokus, lokasi, metode penelitian, serta penggunaan teori yang memberikan nuansa berbeda dalam setiap analisis yang dilakukan. Persamaan yang ditemukan dalam penelitian-penelitian tersebut mengungkapkan konsistensi tentang betapa pentingnya jaringan politik untuk keberhasilan kampanye, sementara perbedaan yang ada justru memperkaya cara pandang peneliti terhadap fenomena yang sama, tapi dilihat dari konteks yang berbeda. Dengan melihat berbagai hasil kajian ini, peneliti bisa lebih memahami bagaimana konsep-konsep tersebut diterapkan dalam berbagai situasi dan kondisi. Hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya ini menjadi dasar yang sangat penting untuk memperdalam penelitian yang sedang dilakukan, terutama dalam memanfaatkan teori jaringan sosial untuk menganalisis berbagai strategi dan dinamika yang ada dalam jaringan politik, yang relevan dengan konteks penelitian ini.

1.9 Kerangka Berpikir



Gambar 1. Skema Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan suatu dasar pemikiran yang mencakup penggabungan antara teori, observasi, fakta, serta kajian pustaka yang akan dijadikan landasan dalam melakukan karya tulis ilmiah. Kerangka berpikir banyak digunakan untuk mempermudah peneliti dalam menyelesaikan karya tulis baik itu karya tulis kreatif maupun penelitian. Kerangka berpikir dalam penelitian ini menjelaskan bagaimana peran industri kreatif, khususnya melalui *Mulia Creative Hub*, berkontribusi pada efektivitas kampanye politik pasangan calon MULIA dalam pemilihan Walikota Makassar 2024. Penelitian ini dimulai dengan mengidentifikasi bagaimana *Mulia Creative Hub* membangun ruang publik sebagai kolaborasi yang membentuk jaringan dengan melibatkan komunitas lokal. Jaringan ini menjadi elemen kunci dalam mendorong kewirausahaan politik, yaitu sebuah pendekatan strategis yang memadukan kreativitas dengan politik untuk mencapai tujuan kampanye. Sebagai pusat kreativitas, *Mulia Creative Hub* berperan sebagai katalisator dalam merancang dan menjalankan kampanye yang inovatif dan relevan dengan audiens.

Dengan memanfaatkan pendekatan kreatif, seperti kegiatan berbasis seni, media digital, dan event kolaboratif, *Mulia Creative Hub* tidak hanya berhasil menarik perhatian masyarakat tetapi juga menciptakan interaksi yang bermakna dengan pemilih. Partisipasi aktif komunitas lokal dalam proses ini memperkuat pesan kampanye pasangan MULIA, sehingga nilai-nilai visi dan misi mereka tersampaikan dengan lebih efektif. Lebih dari sekadar meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pasangan calon, kolaborasi ini membantu memperluas pengaruh politik pasangan MULIA melalui jaringan komunitas yang solid. Inovasi kreatif yang dikombinasikan dengan kekuatan *hubungan sosial* menciptakan efek domino yang mendukung keberhasilan kampanye mereka. Dengan demikian, sinergi antara kreativitas dan jaringan komunitas yang kuat menjadi faktor krusial dalam menentukan keberhasilan dalam kampanye Pasangan MULIA di pemilihan Walikota Makassar 2024.

BAB II METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai prosedur – prosedur yang dilakukan pada penelitian ini. Adapun substansi bab yang diuraikan, yaitu tipe dan jenis penelitian, waktu dan lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

2.1 Tipe dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menjelaskan permasalahan dan fokus penelitian. Pendekatan penelitian kualitatif adalah pendekatan yang tidak mengandalkan data statistik, melainkan didasarkan pada bukti-bukti kualitatif. Dalam karya lain disebutkan bahwa, pendekatan kualitatif merupakan pendekatan yang berdasarkan pada kenyataan lapangan dan apa yang dialami oleh responden akhirnya dicarikan rujukan teorinya (Sudjarwo, 2011). Penelitian kualitatif sering kali menekankan perspektif subjek, proses, dan makna dari penelitian tersebut dengan menggunakan teori-teori sebagai dasar dan/atau pendukung agar sesuai dengan fakta-fakta yang ditemukan di lapangan. Selain itu, landasan teori juga digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai latar belakang penelitian dan sebagai bahan pendukung dalam pembahasan penelitian. Penelitian kualitatif, menuntut peneliti untuk membangun sebuah gambaran yang kompleks dan holistik (menyeluruh), menganalisis kata-kata, opini, informasi yang diperoleh dari informan (subjek) dalam latar situasi yang alamiah (*natural setting*) dan menyajikannya dalam sebuah laporan (Fiantika *et al.*, 2022).

Metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif digunakan pada penelitian ini. Peneliti menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif, yang dimana penelitian ini berupaya menggambarkan secara faktual tentang pemanfaatan industri kreatif (*Mulia Creative Hub*) dalam kampanye politik.

2.2 Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan penulis pada bulan Februari hingga Maret 2025. Penelitian ini dilakukan di beberapa tempat di Kota Makassar yaitu Djurnal Coffee TSM, Check Point Mannuruki, SIKU Terpadu Makassar, dan juga secara virtual melalui Whatsapp.

2.3 Jenis dan Sumber Data

2.3.1 Data Primer

Data primer didapat dari sumber informasi yaitu individual atau perseorangan dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Data primer ini berfungsi sebagai rujukan utama dalam penelitian ini yang mana data ini merupakan data yang diambil langsung dari informan, penelitian ini menggunakan data primer yang bersumber sebagai data utama untuk mendeskripsikan, serta menjelaskan wujud keterlibatan *Mulia Creative Hub* dan para komunitas dalam kampanye Pasangan MULIA pada Pemilihan Walikota Makassar tahun 2024.

2.3.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh oleh peneliti berupa informasi tanpa harus diolah terlebih dahulu oleh peneliti. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, skripsi, jurnal, serta data dari internet yang berhubungan langsung dengan penelitian seperti Instagram official dari *Mulia Creative Hub* dan artikel pemberitaan mengenai *Mulia Creative Hub*.

2.4 Informan Penelitian

Informan penelitian menurut Moleong (2000) informan penelitian merupakan seseorang yang benar-benar mengetahui suatu persoalan atau permasalahan tertentu yang darinya dapat diperoleh informasi yang jelas, akurat, dan terpercaya. Penelitian ini akan menggunakan data primer yang bersumber dari hasil wawancara mendalam bersama para informan guna mengetahui, menjelaskan, serta

mendeskripsikan mengenai wujud keterlibatan *Mulia Creative Hub* dan komunitas lokal dalam kampanye Pasangan MULIA pada Pemilihan Walikota Makassar tahun 2024.

Berikut beberapa informan penelitian yang menjadi sumber data :

1. Dara Nasution, Penggagas Utama *Mulia Creative Hub*
2. Mohammed Sabeq, Team Partnership *Mulia Creative Hub*
3. Yusuf Tejo, Perwakilan Komunitas Temu Supporter 1915
4. Payyad, Perwakilan Komunitas Jalan Bareng Makassar
5. Wandy, Perwakilan Lembaga Kursus dan Pelatihan Kopidukasi

2.5 Teknik Pengumpulan Data

Herdayati & Syahrial (2019:3) mengilustrasikan bahwa teknik pengumpulan data adalah bagian yang krusial dalam rancangan penelitian, dikarenakan setelah penelitian telah disetujui untuk diteliti, peneliti dapat langsung memulai proses pengumpulan data. Proses ini penting untuk memastikan bahwa data yang diperoleh relevan, valid, dan dapat mendukung tujuan serta hipotesis penelitian yang telah ditetapkan.

2.5.1 Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang sering digunakan. Menurut (Zuriah, 2009), wawancara merupakan alat pengumpul informasi dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan untuk ditanyakan dan dijawab secara lisan. Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh keterangan-keterangan lisan melalui bercakap-cakap dan bertatap muka dengan orang yang memberikan keterangan kepada peneliti. Jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara bebas terpimpin yaitu peneliti bebas melakukan wawancara dengan tetap berpijak pada catatan-catatan pokok yang akan ditanyakan.

2.5.2 Dokumentasi

Dokumentasi dijadikan sebagai sebuah catatan aktivitas, kegiatan maupun peristiwa yang telah berlalu yang dicatatkan, dikumpulkan menjadi sebuah arsip. Dokumen yang dimaksud dapat berbentuk tulisan atau gambar. Dalam hal ini peneliti mengumpulkan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu foto bersama informan dan hasil transkrip wawancara bersama informan.

2.6 Teknik Analisis Data

Analisa data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja, seperti yang disarankan oleh data. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif kualitatif, analisis deskriptif kualitatif adalah proses menganalisis data kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang suatu topik atau fenomena. Analisis deskriptif kualitatif mencakup pengumpulan, pengecekan, dan penganalisisan data yang tidak dapat diukur dalam angka atau statistik

2.6.1 Reduksi Data

Tahap reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstraksian, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu (Sugiono, 2017). Dengan ini kita dapat memilih laporan hasil wawancara yang lebih penting, jadi jika terdapat hasil laporan yang tidak penting maka bisa dihapuskan.

2.6.2 Penyajian Data

Tahap penyajian data dilakukan setelah data yang diperoleh selesai direduksi, selanjutnya dilakukan proses penyajian data dengan menyajikan data untuk mempermudah dalam memahami

apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami. Penyajian data merupakan kegiatan terpenting yang kedua dalam penelitian kualitatif. Penyajian data yaitu sebagai sekumpulan informasi yang tersusun member kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan (Ulber Silalahi, 2009: 340).

2.6.3 Penarikan Kesimpulan

Pada tahap ini, penarikan kesimpulan dilakukan dengan mencari *hubungan*, pola, dan keteraturan pada untuk menggali makna dari data yang telah dikumpulkan. Tahap penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dalam analisis data kualitatif. Pada tahap ini, peneliti akan menarik kesimpulan tentang analisis dan interpretasi data yang dilakukan. Proses verifikasi dalam hal ini adalah tinjauan ulang terhadap catatan lapangan, tukar pikiran dengan teman sejawat untuk mengembangkan kesepakatan intersubjektivitas (Salim & Syahrums, 2016).

