



Peran Modal Sosial dalam Strategi Kampanye Pemilihan Umum Raya Mahasiswa (Studi Kasus Pemira UNNES Tahun 2024)

Adhitya Deva,^{1*} Kuncoro Bayu Prasetyo¹

¹Program Studi Pendidikan Sosiologi dan Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Semarang, Indonesia
Email: devaadhitya2@students.unnes.ac.id, mrbayu@mail.unnes.ac.id

*Korespondensi

Article History: Received: 06-02-2026, Revised: 10-04-2026, Accepted: 13-04-2026, Published: 30-04-2026

Abstrak

Pemilihan Umum Raya (Pemira) merupakan arena demokrasi kampus yang memperlihatkan dinamika politik mahasiswa, khususnya dalam praktik kampanye kandidat. Salah satu faktor yang berperan penting dalam proses tersebut adalah modal sosial yang mencakup jaringan sosial, norma kolektif, dan kepercayaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran modal sosial dalam strategi kampanye mahasiswa pada Pemira UNNES tahun 2024 serta bagaimana modal sosial dimanfaatkan oleh kandidat dalam memperoleh dukungan politik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara semi-terstruktur, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian meliputi kandidat Pemira, tim sukses, pengamat Pemira, dan pemilih dari berbagai fakultas. Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil temuan menunjukkan bahwa kandidat dengan jaringan sosial yang luas, rekam jejak organisasi yang kuat, serta tingkat kepercayaan tinggi dari mahasiswa dan kelompok pendukung cenderung memiliki keunggulan dalam mobilisasi dukungan. Modal sosial dimanfaatkan melalui relasi personal lintas fakultas, dukungan organisasi ekstra kampus secara informal, serta pemanfaatan rekam jejak kepemimpinan organisasi untuk membangun kepercayaan pemilih. Sebaliknya, kandidat dengan modal sosial terbatas mengalami kesulitan dalam memperluas basis pemilih dan mengoptimalkan kampanye. Penelitian ini memberikan kontribusi empiris dalam kajian sosiologi politik kampus serta memperkuat pemahaman mengenai peran modal sosial dalam praktik demokrasi mahasiswa.

Kata Kunci:

demokrasi kampus; modal sosial; pemira; politik mahasiswa; strategi kampanye

Abstract

Pemilihan Umum Raya (Pemira) serves as a campus democratic arena that reflects the dynamics of student politics, particularly in the practice of candidate campaign strategies. One of the important factors influencing this process is social capital, which includes social networks, collective norms, and trust. This study aims to analyze the role of social capital in student campaign strategies during the 2024 UNNES Pemira and to explain how social capital is utilized by candidates to gain political support. This research employs a qualitative descriptive approach with data collection techniques consisting of semi-structured interviews, observation, and documentation. The research informants include Pemira candidates, campaign teams, observers of the election process, and student voters from various faculties. Data were analyzed using the interactive model of Miles and Huberman, which includes data condensation, data display, and conclusion drawing. The findings show that candidates with broader social networks, strong organizational backgrounds, and higher

levels of trust among students and supporter groups tend to have advantages in mobilizing political support. Social capital is utilized through cross-faculty personal relations, informal support from extra-campus organizations, and the use of leadership track records to build voter trust. In contrast, candidates with limited social capital face greater challenges in expanding their voter base and optimizing campaign activities. This study provides empirical contributions to the study of campus political sociology and strengthens the understanding of the role of social capital in student democratic practices.

Keywords:

campaign strategy; campus democracy; pemira; social capital; student politics



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Pendahuluan

Pemilihan Umum Raya (Pemira) merupakan ajang demokrasi yang diselenggarakan secara rutin di berbagai perguruan tinggi di Indonesia sebagai sarana pelaksanaan kedaulatan mahasiswa dalam memilih pemimpin mereka (Syafitri, 2021). Secara umum, Pemira menjadi mekanisme institusional bagi mahasiswa untuk menentukan struktur kepemimpinan organisasi kemahasiswaan melalui proses pemilihan yang bersifat langsung dan partisipatif. Lingkungan akademis seperti universitas merupakan miniatur masyarakat demokratis yang ideal, di mana kebebasan berpikir dan berpendapat menjadi bagian dari proses pengembangan intelektual mahasiswa. Hal ini sejalan dengan pandangan Jatnika et al. (2019) yang menyatakan bahwa kampus dapat dipahami sebagai miniatur masyarakat yang mencerminkan keberagaman serta ruang interaksi sosial yang mendorong toleransi dan kolaborasi. Dalam hal ini, kampus tidak hanya berfungsi sebagai tempat pengembangan akademik, tetapi juga sebagai sarana pembentukan keterampilan sosial-politik mahasiswa melalui aktivitas organisasi dan Pemira.

Salah satu elemen krusial yang turut menentukan keberhasilan dalam Pemira adalah modal sosial. Modal sosial mengacu pada sumber daya yang bersumber dari hubungan sosial antara individu atau kelompok yang memungkinkan terjadinya tindakan kolektif, berdasarkan kepercayaan, norma sosial, dan jaringan relasional. Dalam pengertian Putnam (1993), modal sosial merupakan “sifat-sifat organisasi sosial seperti kepercayaan, norma-norma, dan jaringan yang dapat meningkatkan efisiensi masyarakat dengan memfasilitasi koordinasi dan kerja sama untuk keuntungan bersama”. Modal sosial memberikan pengaruh signifikan dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk politik (Heriyanto & Solihah 2023).

Pemira memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari kontestasi politik di luar kampus, karena dalam lingkup kampus mahasiswa cenderung memaknai Pemira sebagai bentuk partisipasi politik langsung yang berbasis pertimbangan rasional terhadap visi, misi, dan kualitas personal kandidat (Sulistiyo & Fauzi, 2019), sementara dalam politik nasional orientasi politik mahasiswa lebih dipengaruhi oleh pengetahuan politik, sikap ideologis, serta evaluasi terhadap sistem politik yang lebih luas sehingga membentuk persepsi yang lebih kompleks dan tidak semata-mata bertumpu pada relasi sosial kampus (Syahrul et al., 2020).

Dalam lingkup Universitas Negeri Semarang (UNNES), Pemira diselenggarakan berdasarkan Undang-Undang Keluarga Mahasiswa UNNES Nomor 3 Tahun 2015 untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden Mahasiswa KM

UNNES, Anggota DPM KM, Ketua BEM Fakultas, Anggota DPM Fakultas, serta Ketua Himpunan Mahasiswa Jurusan. Struktur organisasi kemahasiswaan yang terdiri atas berbagai fakultas dan unit organisasi menciptakan konfigurasi relasi sosial yang beragam dan tersebar. Pemira UNNES tahun 2024 berlangsung dalam situasi kompetisi antara dua pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden Mahasiswa dengan latar belakang organisasi yang berbeda. Perbedaan basis organisasi dan tingkat pengenalan kandidat di lingkungan kampus menjadi bagian dari dinamika yang menyertai proses pencalonan dan kampanye. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa relasi organisasi dan jaringan sosial memiliki peran dalam membentuk konfigurasi dukungan selama Pemira berlangsung.

Modal sosial tidak hanya berperan dalam bentuk dukungan langsung, tetapi juga tampak melalui kemampuan kandidat dalam membangun rasa percaya, menjangkau jaringan pendukung, serta menjaga kekompakan kelompok. Di UNNES, yang memiliki keberagaman latar belakang organisasi dan budaya mahasiswa, modal sosial menjadi faktor penting bagi Calon Presiden Mahasiswa (Capresma) untuk memperluas basis dukungan. Kondisi kampus yang heterogen dan dinamis tersebut mendorong mahasiswa membentuk relasi sosial, baik melalui organisasi intrakampus maupun jejaring ekstrakampus, sebagai bagian dari strategi memperoleh legitimasi dan dukungan politik. Pemanfaatan modal sosial dalam Pemira UNNES juga bersinergi dengan perkembangan teknologi digital. Media sosial kini menjadi alat penting dalam mengembangkan dan memperluas jaringan sosial. Platform seperti Instagram, WhatsApp, dan TikTok dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi, promosi kampanye, serta untuk membangun citra dan reputasi kandidat (Andary & Lubis, 2023). Perpaduan antara offline (hubungan langsung) dan *online* (jejaring digital) menciptakan strategi kampanye yang lebih kompleks dan adaptif karena penggunaan media sosial memungkinkan penyebaran informasi kampanye secara cepat dan luas melalui konten yang dibangun kandidat serta interaksi audiens yang turut memperkuat jangkauan komunikasi politik dan relasi sosial (Ichsan et al., 2023).

Mahasiswa bukan hanya pemilih, tetapi juga bagian dari komunitas yang sangat dinamis dan berjejaring luas, baik secara formal melalui organisasi maupun secara informal melalui kelompok sosial. Keberagaman organisasi mahasiswa di UNNES menciptakan ekosistem sosial yang kompleks dan penuh potensi pengaruh politik. Relasi antarorganisasi dan koneksi dengan tokoh-tokoh kampus sering menjadi jalur distribusi informasi dan mobilisasi dukungan. Pada beberapa kesempatan, dukungan organisasi eksternal juga memiliki dampak signifikan dalam menggerakkan basis pemilih, contohnya seperti yang dipaparkan oleh Teguh et al. (2024), yakni organisasi eksternal memiliki dampak dalam kemenangan pemilihan umum raya mahasiswa di FKIP Untirta.

Pemilihan Umum Raya (Pemira) di Universitas Negeri Semarang (UNNES) berlangsung sebagai arena politik mahasiswa yang melibatkan relasi organisasi, jejaring sosial, serta mekanisme representasi kepemimpinan kampus. Pemira tidak hanya menjadi prosedur elektoral tahunan, tetapi juga ruang interaksi sosial-politik yang mempertemukan berbagai kepentingan mahasiswa lintas fakultas dan latar belakang organisasi. Proses ini memperlihatkan bagaimana kekuasaan, legitimasi, dan dukungan politik dibangun di tingkat kampus melalui praktik kampanye yang khas dan berskala mikro. Universitas Negeri Semarang memiliki sembilan fakultas, yaitu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Pendidikan dan Psikologi,

Fakultas Bahasa dan Seni, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Fakultas Teknik, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Ilmu Keolahragaan, Fakultas Kedokteran, serta Fakultas Hukum. Struktur ini membentuk komposisi mahasiswa yang beragam sekaligus menciptakan basis politik yang tersebar dan tidak homogen. Setiap fakultas memiliki dinamika internal sendiri yang turut memengaruhi pola dukungan mahasiswa dalam Pemira.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa modal sosial berperan penting dalam kontestasi politik, terutama pada pemilu legislatif dan daerah. Sulistyو & Fauzi (2020), Ananda & Valentina (2021), Suntama & Djuyandi (2022), serta Habibullah et al. (2022) menegaskan bahwa jaringan sosial, kepercayaan, dan norma kolektif menjadi faktor yang memperkuat mobilisasi dukungan dan meningkatkan peluang kemenangan kandidat. Selain itu, Mahyuddin (2019) menunjukkan bahwa modal sosial juga berfungsi sebagai pengikat dalam masyarakat yang beragam melalui pembentukan kohesi sosial. Di sisi lain, Sari & Zulkarnain (2024) serta Syafrudin dan Casmana (2019) menyoroti peran media sosial dalam memperluas jaringan, membangun kepercayaan, dan mendorong partisipasi politik, yang diperkuat oleh temuan Kim (2020) mengenai pentingnya interaksi digital dalam meningkatkan keterlibatan politik. Namun, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada arena politik formal dengan dukungan kelembagaan yang kuat. Berbeda dengan itu, penelitian ini mengkaji Pemira sebagai ruang politik mahasiswa yang lebih cair, di mana relasi personal, jaringan informal, dan interaksi digital memiliki peran yang lebih dominan. Dari sisi ini, penelitian menawarkan kebaruan dengan melihat bagaimana modal sosial digunakan secara langsung dalam strategi kampanye mahasiswa di lingkungan kampus.

Penelitian ini menggunakan kerangka teori modal sosial dari Putnam (1993) untuk melihat peran jaringan, kepercayaan, dan norma dalam proses mobilisasi dukungan. Melalui pendekatan tersebut, penelitian ini menempatkan modal sosial bukan hanya sebagai latar belakang relasi, tetapi sebagai sumber daya yang digunakan secara aktif dalam kampanye mahasiswa. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian sosiologi politik kampus serta memperluas pemahaman mengenai praktik demokrasi mahasiswa, khususnya dalam melihat bagaimana jaringan sosial berperan dalam membentuk dukungan politik di lingkungan perguruan tinggi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis bentuk-bentuk modal sosial yang dimiliki Capresma pada Pemira UNNES 2024 serta menjelaskan bagaimana modal sosial tersebut dimanfaatkan untuk memperoleh dukungan politik. Kajian ini penting karena Pemira tidak hanya menjadi proses pemilihan rutin, tetapi juga mencerminkan dinamika sosial-politik mahasiswa yang melibatkan relasi organisasi, jaringan pertemanan, dan komunikasi digital. Dalam situasi tersebut, keberhasilan kampanye tidak hanya ditentukan oleh program yang ditawarkan, tetapi juga oleh kemampuan kandidat dalam memanfaatkan jaringan sosial yang dimiliki. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya memberikan pemahaman mengenai bagaimana dukungan politik di tingkat kampus terbentuk melalui relasi sosial yang ada.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam makna, proses, dan

dinamika sosial dalam strategi kampanye mahasiswa pada Pemira. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti menggali fenomena secara holistik berdasarkan pengalaman dan pandangan subjek (Moleong, 2008), sedangkan studi kasus digunakan karena penelitian berfokus pada fenomena yang spesifik dan kontekstual dalam situasi nyata (Yin, 2018).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi non-partisipan, dan dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan secara semi-terstruktur untuk menggali pengalaman, strategi, serta pandangan informan mengenai peran jaringan sosial, kepercayaan, dan norma kolektif dalam kampanye Pemira. Observasi dilakukan secara non-partisipan dengan fokus utama pada aktivitas kampanye di ruang digital, khususnya media sosial seperti Instagram dan WhatsApp. Observasi ini digunakan untuk melihat pola distribusi pesan kampanye, intensitas visibilitas Capresma, serta keterlibatan jaringan sosial dalam menyebarkan informasi kampanye. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data lapangan melalui pengumpulan materi kampanye seperti unggahan media sosial, poster digital, banner, serta dokumen resmi Pemira dari KPUR KM UNNES. Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Negeri Semarang (UNNES) dengan fokus pada pelaksanaan Pemilihan Umum Raya (Pemira) tahun 2024. Pemilihan lokasi didasarkan pada karakteristik UNNES sebagai perguruan tinggi dengan struktur organisasi kemahasiswaan yang kompleks serta dinamika politik mahasiswa yang aktif dan beragam. Penelitian dilaksanakan pada Desember 2024 hingga awal Januari 2026, mencakup tahap pencalonan, masa kampanye, pelaksanaan pemungutan suara, serta periode pasca-Pemira untuk melihat keberlanjutan dinamika dan dampak kampanye.

Subjek penelitian terdiri atas 13 informan yang dipilih secara purposif berdasarkan relevansi peran dan keterlibatan mereka dalam Pemira UNNES 2024. Informan utama meliputi dua calon Presiden Mahasiswa dari masing-masing pasangan calon (nomor urut 01 dan nomor urut 02) sebagai aktor sentral dalam perumusan dan pelaksanaan strategi kampanye. Untuk memperoleh perspektif pemilih, penelitian ini juga melibatkan sembilan mahasiswa yang berasal dari sembilan fakultas berbeda di UNNES. Pemilih dipilih dengan komposisi yang mempertimbangkan variasi tingkat keterlibatan organisasi, yakni mahasiswa yang aktif dalam organisasi kemahasiswaan serta mahasiswa non-aktivis. Pemilihan ini dilakukan untuk melihat bagaimana jaringan sosial bekerja baik di kalangan mahasiswa yang memiliki akses organisasi maupun yang tidak terlibat secara struktural. Informan pendukung terdiri atas satu dosen yang berperan sebagai pengamat Pemira dan memahami dinamika politik kampus UNNES. Pemilihan informan dilakukan secara purposif dengan mempertimbangkan posisi, pengalaman, serta keterlibatan langsung dalam proses peristiwa (Creswell, 2014). Komposisi informan tersebut dirancang untuk memperoleh gambaran yang beragam mengenai strategi kampanye dan peran modal sosial dari sudut pandang Capresma, tim kampanye, pemilih, serta pengamat independen.

Hasil dan Pembahasan

Gambaran Pemira UNNES Tahun 2024

Sistem organisasi kemahasiswaan di UNNES memiliki hubungan koordinatif, mulai dari Badan Eksekutif Mahasiswa Keluarga Mahasiswa (BEM KM) dan Dewan Perwakilan Mahasiswa Keluarga Mahasiswa (DPM KM) di tingkat

universitas, hingga BEM Fakultas, DPM Fakultas, dan Himpunan Mahasiswa Jurusan (HIMA) di tingkat fakultas dan jurusan (Data Penelitian, 2026). Keberadaan hubungan ini menjadikan Pemira tidak terlepas dari relasi organisasi yang telah terbentuk sebelumnya, baik melalui pengalaman kepemimpinan, aktivitas kaderisasi, maupun jejaring informal antaraktivis mahasiswa. Aturan Pemira KM UNNES secara normatif melarang Capresma membawa nama lembaga dalam proses kampanye. Kampanye seharusnya dijalankan atas dasar kapasitas personal Capresma dan tim pendukungnya (Dewan Perwakilan Mahasiswa Keluarga Mahasiswa Universitas Negeri Semarang, 2015). Namun, temuan lapangan menunjukkan bahwa relasi organisasi tetap hadir dalam bentuk dukungan individual, rekomendasi personal, serta mobilisasi jejaring sosial yang berangkat dari pengalaman bersama di organisasi. Kondisi ini memperlihatkan bahwa batas antara personal dan kelembagaan bersifat cair, terutama ketika Capresma memiliki rekam jejak organisasi yang kuat dan dikenal luas di lingkungan kampus.

Pemira UNNES tahun 2024 dilaksanakan melalui rangkaian tahapan yang dimulai dari masa pengambilan berkas pada 3–5 Desember 2024. Batas awal pendaftaran ditutup pada 5 Desember 2024, kemudian dilakukan perpanjangan masa pengambilan berkas pada 6 Desember 2024 pukul 09.00–13.00 WIB. Tahap verifikasi berkas berlangsung pada 7–9 Desember 2024 dan dilanjutkan dengan penetapan pasangan calon pada 10 Desember 2024. Masa kampanye dilaksanakan pada 11–22 Desember 2024 dan disertai dua kali debat terbuka yang diselenggarakan secara luring pada 12 dan 19 Desember 2024 serta disiarkan secara langsung melalui kanal YouTube resmi KPUR KM UNNES. Masa tenang ditetapkan pada 23 Desember 2024 sebelum memasuki tahap pemungutan suara (Data Penelitian, 2025).

Pemira 2024 diikuti oleh dua pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden Mahasiswa, yaitu pasangan nomor urut 01 Kuart Nursiam–Indriani Meisyaroh dan pasangan nomor urut 02 Muhammad Ainur Ridlo–Muhammad Mahruf Alam. Berdasarkan hasil observasi, pasangan nomor urut 01 menjalankan kampanye melalui media sosial resmi, distribusi konten digital, serta kegiatan safari fakultas yang dilakukan secara langsung ke beberapa fakultas di lingkungan UNNES. Aktivitas kampanye tersebut mencakup penyebaran materi visual, unggahan terstruktur di media sosial, serta partisipasi aktif dalam debat terbuka. Sementara itu, pasangan nomor urut 02 tidak memiliki akun media sosial resmi selama masa kampanye dan tidak teramati melakukan kegiatan safari fakultas atau kampanye tatap muka secara terstruktur. Aktivitas kampanye pasangan nomor urut 02 relatif terbatas dan tidak terlihat intensif baik di ruang digital maupun secara langsung (Data Penelitian, 2025).

Pemungutan suara dilaksanakan secara daring pada 24 Desember 2024 pukul 07.30–17.00 WIB melalui sistem aplikasi berbasis website yang diakses melalui portal apps.unnes.ac.id dengan memilih menu aplikasi Pemira. Sistem tersebut terintegrasi dengan akun mahasiswa UNNES sehingga setiap mahasiswa menggunakan akun institusional masing-masing untuk memberikan suara. Berdasarkan informasi yang diperoleh, proses pemungutan suara berlangsung tanpa kendala teknis yang signifikan. Pengumuman hasil dilakukan pada hari yang sama melalui siaran langsung di kanal resmi KPUR KM UNNES dan disertai berita acara penetapan hasil. Berdasarkan berita acara resmi KPUR KM UNNES, pasangan calon nomor urut 01 memperoleh 8.568 suara, sedangkan pasangan calon nomor

urut 02 memperoleh 1.649 suara. Hasil tersebut menetapkan pasangan nomor urut 01 sebagai pemenang dalam Pemira UNNES tahun 2024 (Data Penelitian, 2025).

Dinamika politik telah terlihat sejak tahap pencalonan. Pada masa pendaftaran awal hanya terdapat satu pasangan calon yang mendaftar, yaitu Kuat-Indri. Perpanjangan masa pengambilan berkas kemudian menghadirkan pasangan Ainur-Alam sebagai pasangan calon kedua dengan latar belakang organisasi yang relatif lebih terbatas di tingkat universitas (Data Penelitian, 2024). Perbedaan latar belakang tersebut terlihat dari posisi organisasi sebelumnya, di mana pasangan nomor urut 01 berasal dari mantan Ketua BEM Fakultas Teknik dan mantan Ketua BEM Fakultas Kedokteran, sedangkan pasangan nomor urut 02 berasal dari mantan Ketua Himpunan Mahasiswa di tingkat jurusan (Data Penelitian, 2025). Situasi ini memperlihatkan adanya perbedaan basis pengenalan dan jangkauan relasi sosial sejak awal kontestasi. Pola kampanye kedua pasangan calon juga menunjukkan perbedaan yang cukup kontras. Pasangan nomor urut 01 menjalankan kampanye melalui media sosial resmi, distribusi konten digital, serta aktivitas tatap muka di sejumlah fakultas. Sementara itu, pasangan nomor urut 02 tidak menunjukkan aktivitas kampanye yang intensif baik di ruang digital maupun secara langsung (Data Penelitian, 2025). Perbedaan intensitas dan jangkauan kampanye tersebut menjadi bagian dari dinamika Pemira 2024 dan memperlihatkan variasi dalam pemanfaatan sumber daya serta jaringan sosial selama masa kontestasi. Gambaran tersebut menunjukkan bahwa Pemira UNNES 2024 tidak hanya berlangsung sebagai prosedur elektoral tahunan, tetapi juga sebagai arena interaksi sosial-politik mahasiswa yang dipengaruhi oleh relasi organisasi, reputasi kepemimpinan, serta jaringan sosial yang telah terbentuk sebelumnya. Kondisi inilah yang kemudian menjadi dasar untuk menganalisis lebih lanjut bagaimana modal sosial dimanfaatkan oleh Capresma sebagai strategi kampanye dan bagaimana pengaruhnya terhadap peluang memperoleh dukungan politik.

Keberadaan Modal Sosial dalam Pemira UNNES 2024

1. Modal Sosial Kandidat Nomor Urut 01

Jaringan sosial menjadi fondasi utama dalam strategi kampanye pasangan calon nomor urut 01 pada Pemira UNNES 2024. Jaringan tersebut tidak terbentuk secara instan selama masa kampanye, melainkan merupakan akumulasi dari pengalaman organisasi, relasi personal, serta keterlibatan Capresma dalam berbagai ruang sosial mahasiswa sebelum Pemira berlangsung. Latar belakang organisasi Capresma 01 menunjukkan keterlibatan yang intens dan berkelanjutan dalam struktur kemahasiswaan, khususnya di Fakultas Teknik dan jejaring lintas fakultas. Pengalaman sebagai Ketua BEM Fakultas Teknik serta partisipasi dalam berbagai komunitas mahasiswa menjadi basis awal pembentukan dukungan politik. Dalam wawancara, Capresma menegaskan bahwa jaringan organisasi tidak dimobilisasi secara formal kelembagaan, melainkan melalui hubungan personal antarindividu. Berdasarkan hasil wawancara, informan menyampaikan bahwa: “Kalau secara kelembagaan itu lepas karena nggak boleh bawa lembaga. Tapi secara perseorangan itu ada, baik dari orda maupun BEM FT. Kita bawa basis yang ada, bantuannya lebih ke support aja” (Wawancara dengan Kuat Nursiam, 7 Desember 2025).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa meskipun aturan Pemira melarang kandidat membawa nama lembaga secara resmi, relasi yang telah terbentuk melalui pengalaman organisasi tetap berperan dalam proses kampanye. Hubungan

antaranggota organisasi yang sebelumnya pernah bekerja bersama tidak hilang begitu saja ketika memasuki masa Pemira. Dukungan muncul melalui kedekatan personal, pertemanan, serta pengalaman kolektif dalam kegiatan organisasi mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa modal sosial tidak selalu bergerak melalui jalur formal organisasi. Relasi yang telah terbentuk sebelumnya tetap dapat berfungsi sebagai sumber dukungan meskipun tidak dinyatakan sebagai dukungan lembaga secara resmi. Putnam (1993) menjelaskan bahwa modal sosial lahir dari jaringan hubungan, kepercayaan, dan kebiasaan kerja sama yang berkembang melalui interaksi sosial yang berulang. Dengan demikian, kekuatan modal sosial lebih banyak bertumpu pada hubungan antarindividu dibandingkan dengan struktur organisasi formal.

Dalam kasus ini, basis Fakultas Teknik menjadi titik awal mobilisasi dukungan. Kedudukan Capresma sebagai Ketua BEM Fakultas Teknik menjelang Pemira membuatnya memiliki jaringan yang sudah terbangun dengan kader maupun simpatisan di lingkungan fakultas. Jaringan tersebut mempermudah proses koordinasi serta mempercepat penyebaran dukungan pada tahap awal kampanye. Dalam kajian Putnam (2000), situasi seperti ini dapat dipahami sebagai bentuk *bonding social capital*, yaitu keterhubungan yang kuat dalam kelompok yang relatif homogen. Solidaritas yang terbentuk melalui pengalaman kaderisasi, kepengurusan organisasi, serta interaksi yang intens menciptakan tingkat kepercayaan yang tinggi sehingga mobilisasi dukungan dapat berjalan lebih efektif. Dari basis internal tersebut, Capresma kemudian memperluas jaringan melalui relasi lintas fakultas dan hubungan dengan organisasi mahasiswa lainnya, terutama melalui aliansi personal antaraktivis yang telah memiliki kedekatan sebelumnya. Hal ini terlihat dari pernyataan informan yang menyampaikan bahwa: “Di UNNES ada sembilan fakultas. Paling nggak, masing-masing fakultas kita harus punya. Kita berangkat dari aliansi fakultas, terus ada rekomendasi dari ekstra kampus” (Wawancara dengan Kuat Nursiam, 7 Desember 2025).

Perluasan ini menunjukkan bentuk *bridging social capital*, yakni jaringan yang menjembatani kelompok berbeda dan membuka akses pada sumber daya yang lebih luas. Dukungan dari organisasi ekstra kampus tidak hadir dalam bentuk resmi, tetapi melalui kedekatan personal dan historis antarindividu. Kombinasi antara *bonding* dan *bridging* menghasilkan jaringan yang padat sekaligus luas, sehingga distribusi informasi dan legitimasi politik dapat berlangsung lebih cepat.



Gambar 1. Feeds Instagram @kontribusinyata_ Sumber: Data Penelitian, 2025

Pemanfaatan jaringan sosial Pasangan Calon nomor urut 01 juga terlihat dalam strategi kampanye digital. Akun Instagram resmi @kontribusinyata_ menjadi medium penyebaran konten yang konsisten dan terstruktur. Unggahan tidak hanya memuat visi-misi, tetapi juga representasi dukungan dan aktivitas kampanye. Distribusi konten diperluas melalui unggahan ulang oleh simpatisan lintas fakultas. Media sosial dalam hal ini berfungsi sebagai perpanjangan jaringan sosial offline. Partisipasi politik generasi muda pada era digital tidak lagi terbatas pada bentuk partisipasi konvensional, melainkan berkembang menjadi *digitally networked participation*, yaitu keterlibatan politik yang terhubung melalui jejaring media sosial dan interaksi daring (Theocharis 2019; Wumbu et al., 2025). Setiap distribusi ulang memperkuat visibilitas Capresma serta menciptakan persepsi dukungan yang luas. Pola ini menunjukkan bahwa modal sosial tidak hanya bekerja dalam ruang tatap muka, tetapi juga terintegrasi dalam ruang digital sebagai medium legitimasi politik. Pandangan pemilih turut menguatkan temuan tersebut. Informasi mengenai Capresma banyak diperoleh melalui relasi personal dan rekomendasi dari teman yang dipercaya. Dari sini terlihat bahwa kepercayaan interpersonal menjadi mekanisme penting dalam sirkulasi dukungan politik. Dengan demikian, modal sosial Capresma nomor urut 01 berfungsi sebagai infrastruktur politik informal yang menopang strategi kampanye secara menyeluruh.

2. Modal Sosial Kandidat Nomor Urut 02

Berbeda dengan pasangan nomor urut 01, Capresma nomor urut 02 memiliki konfigurasi modal sosial yang lebih terbatas. Latar belakang organisasi Capresma 02 berada pada tingkat himpunan jurusan, sehingga jangkauan relasi sosialnya relatif lebih sempit di tingkat universitas. Dalam wawancara, Capresma menyampaikan bahwa pencalonannya dilandasi oleh kegelisahan terhadap dominasi jaringan besar dalam Pemira. Hal ini terlihat dari pernyataan informan yang menyebutkan bahwa: “ekosistem demokrasi di UNNES kok terlalu dikapitalisasi oleh organisasi ekstra. Seakan-akan kalau nggak punya basis, nggak boleh maju” (Wawancara dengan Ainur Ridho, 31 Januari 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan kesadaran Capresma terhadap struktur jaringan yang dianggap tidak merata. Namun, dalam praktiknya, keterbatasan jaringan berdampak pada rendahnya visibilitas di tingkat universitas. Basis dukungan pasangan nomor urut 02 cenderung terkonsentrasi pada lingkup jurusan dan fakultas tertentu. Relasi yang dimiliki lebih banyak berada dalam lingkaran internal dan belum berkembang menjadi jaringan lintas fakultas yang luas. Dalam perspektif Putnam (2000), jaringan yang dimiliki Capresma nomor urut 02 cenderung bersifat *bonding* dalam skala terbatas, namun belum berkembang menjadi *bridging social capital* yang mampu menjembatani kelompok berbeda. Akibatnya, distribusi pesan kampanye tidak menyebar secara merata. Absennya akun media sosial resmi selama masa kampanye semakin mempersempit jangkauan komunikasi politik.

Upaya membangun kanal digital tidak terealisasi secara optimal karena keterbatasan waktu dan sumber daya. Pandangan pemilih memperlihatkan bahwa informasi mengenai pasangan nomor urut 02 relatif lebih sedikit beredar dibandingkan dengan pasangan nomor urut 01. Penyebaran informasi lebih bergantung pada komunikasi langsung atau jaringan pertemanan yang terbatas. Tanpa perluasan jaringan lintas fakultas dan tanpa dukungan digital terpusat, proses pembentukan legitimasi berjalan lebih lambat. Keterbatasan jaringan tersebut

berimplikasi pada efektivitas mobilisasi dukungan. Dalam kerangka Putnam (1993), kepadatan dan keluasan jaringan menjadi faktor penting dalam memfasilitasi tindakan kolektif. Capresma dengan jaringan yang lebih terhubung memiliki peluang lebih besar dalam membangun koordinasi dan kepercayaan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pasangan nomor urut 02 menghadapi hambatan struktural berupa keterbatasan akumulasi relasi sosial sebelum Pemira berlangsung.

Perbandingan kedua Capresma menunjukkan bahwa keberadaan modal sosial dalam Pemira UNNES 2024 tidak terdistribusi secara merata. Pasangan nomor urut 01 memiliki kombinasi *bonding* dan *bridging* yang relatif kuat sehingga jaringan sosialnya berfungsi secara efektif sebagai instrumen mobilisasi dan legitimasi. Sebaliknya, pasangan nomor urut 02 menghadapi keterbatasan dalam memperluas jaringan lintas kelompok. Situasi tersebut memperlihatkan bahwa Pemira tidak hanya menjadi arena pertarungan visi dan program, tetapi juga kontestasi kapasitas jaringan sosial. Modal sosial berperan sebagai sumber daya strategis yang memengaruhi posisi Capresma dalam kompetisi. Ketika satu Capresma memiliki jaringan yang lebih padat dan terintegrasi, ruang kampanye menjadi tidak sepenuhnya setara. Dengan demikian, jaringan sosial tidak hanya menjadi latar belakang sosial Capresma, melainkan instrumen strategis yang memengaruhi jangkauan kampanye dan peluang memperoleh dukungan politik.

Pola Pemanfaatan Modal Sosial oleh Capresma untuk Memperoleh Dukungan Pemira

Pola pemanfaatan modal sosial dalam Pemira UNNES 2024 menunjukkan bahwa jaringan, kepercayaan, dan norma kolektif tidak hanya hadir sebagai latar belakang sosial Capresma, tetapi juga disengaja dimanfaatkan dalam proses kampanye untuk menarik dukungan mahasiswa. Dalam kasus ini, modal sosial tidak hanya menjadi latar belakang Capresma, tetapi benar-benar digunakan dalam praktik kampanye dengan cara yang berbeda oleh masing-masing pasangan calon. Pada pasangan calon nomor urut 01, pemanfaatan modal sosial dilakukan melalui kombinasi penguatan basis internal dan perluasan jaringan eksternal. Basis internal yang berasal dari Fakultas Teknik berfungsi sebagai titik awal konsolidasi. Relasi yang telah terbentuk melalui pengalaman organisasi sebelumnya memungkinkan koordinasi berjalan relatif cepat. Dukungan tidak dimobilisasi atas nama lembaga, melainkan melalui relasi personal antarindividu yang telah memiliki pengalaman kerja bersama. Pola ini menunjukkan bahwa *bonding social capital* digunakan sebagai fondasi awal untuk membangun stabilitas dukungan.

Pola pertama yang terlihat adalah penguatan jaringan internal atau *bonding social capital*. Pada pasangan calon nomor urut 01, basis Fakultas Teknik menjadi titik awal mobilisasi dukungan. Relasi yang telah terbentuk melalui kepemimpinan sebelumnya memungkinkan koordinasi berjalan relatif cepat dan minim resistensi. Ikatan yang terbentuk melalui pengalaman kaderisasi, kepengurusan organisasi, dan interaksi rutin membangun solidaritas yang stabil. Penguatan internal ini bekerja melalui mekanisme rekomendasi personal, ajakan langsung, dan pembentukan tim pendukung yang berasal dari lingkaran organisasi yang sama. Kepercayaan yang telah terbentuk sebelumnya mengurangi kebutuhan akan persuasi yang berlebihan. Dalam perspektif Putnam (2000), *bonding social capital* menciptakan kohesi yang kuat dalam kelompok homogen dan efektif dalam mobilisasi awal. Hal ini terlihat tidak hanya dari sisi Capresma, tetapi juga dari pengalaman pemilih. Hilman (FEB),

misalnya, mengaku mengenal Kuat bukan karena membaca visi-misi secara mendalam, melainkan melalui informasi dari teman dekatnya. Hal ini terlihat dari pernyataan informan yang menyampaikan bahwa: "Kalau dari saya, saya tahu post-post ini dari teman saya pribadi. Dia yang ngajak jadi tim sukses. Karena dia teman saya dan saya tahu background-nya, jadi saya percaya" (Wawancara dengan Hilman Ahmad Zakaria, 21 Januari 2026).

Meskipun ia menolak menjadi tim sukses, kepercayaan terhadap temannya tetap memengaruhi persepsinya terhadap Capresma. Sebaliknya, pada pasangan calon nomor urut 02, pola *bonding* juga ada, tetapi dalam skala yang lebih terbatas. Basis dukungan yang terkonsentrasi pada lingkup jurusan menunjukkan bahwa mobilisasi terutama bertumpu pada kedekatan personal dan hubungan internal yang sudah ada. Namun, karena tidak diperluas secara signifikan, daya jangkauannya menjadi terbatas. Di lapangan, keterbatasan jaringan tersebut terlihat dari rendahnya pengenalan Capresma di tingkat universitas. Beberapa pemilih bahkan hanya mengingat satu pasangan calon. Fauzan (FMIPA) misalnya menyebut: "Kalau yang saya tahu ya, yang pasangan Kuat itu sih." (Wawancara dengan Muhammad Fauzan Azhar, tanggal 31 Januari 2026). Ketika ditanya soal calon lain, ia mengaku tidak terlalu tahu. Ini menunjukkan bahwa distribusi informasi memang tidak merata.

Pola kedua adalah perluasan jaringan melalui strategi *bridging*. Pasangan nomor urut 01 secara eksplisit menyatakan pentingnya memiliki representasi atau relasi di setiap fakultas. Aliansi personal antaraktivis lintas fakultas menjadi mekanisme utama dalam memperluas basis dukungan. Strategi ini tidak berbentuk dukungan kelembagaan formal, melainkan jejaring informal berbasis kedekatan historis dan pengalaman organisasi bersama. Strategi ini membuat kampanye tidak berhenti di satu lingkaran saja, Krisna (FISIP) menyatakan bahwa luasnya jaringan sosial Capresma berpengaruh terhadap intensitas kemunculan kampanye di media sosial. Ketika ditanya apakah Capresma dengan jaringan luas lebih terlihat dalam kampanye, ia menjawab: "Iya, pasti. Soalnya kalau jaringannya luas, yang nge-share atau promosiin dia juga makin banyak, jadi lebih sering kelihatan di media sosial (Wawancara dengan Krisna Lingga, tanggal 12 Desember 2025). Pengalaman Krisna menunjukkan bagaimana *bridging* bekerja dalam praktik. Semakin luas jaringan, semakin banyak aktor yang menyebarkan informasi. Visibilitas bukan hanya hasil kerja akun resmi, tetapi hasil distribusi berantai melalui story Instagram, grup angkatan, dan percakapan informal.

Dalam Putnam (1993), *bridging* social capital berfungsi menjembatani kelompok yang berbeda dan memperluas akses terhadap sumber daya. Di Pemira UNNES 2024, pola ini memungkinkan distribusi informasi kampanye menjangkau mahasiswa yang tidak memiliki kedekatan langsung dengan Capresma. Dampaknya, nama Capresma lebih sering muncul di berbagai fakultas. Sebaliknya, pasangan nomor urut 02 tidak menunjukkan pola *bridging* yang kuat. Tidak terdapat indikasi adanya aliansi lintas fakultas yang terstruktur atau jejaring distribusi informasi yang luas. Akibatnya, pesan kampanye tidak tersebar secara merata dan pengenalan Capresma relatif lebih terbatas.

Modal sosial tidak hanya berkaitan dengan jaringan, tetapi juga dengan tingkat kepercayaan (*trust*). Dalam kasus pasangan nomor urut 01, reputasi sebagai mantan Ketua BEM Fakultas berfungsi sebagai simbol kredibilitas. Informan menyebut bahwa dukungan sering kali didasarkan pada rekomendasi teman yang dipercaya. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan politik tidak semata-mata rasional

berbasis program, tetapi juga berbasis kepercayaan interpersonal. Kepercayaan bekerja sebagai mekanisme validasi sosial. Ketika seorang mahasiswa melihat figur yang dipercaya mendukung Capresma tertentu, dukungan tersebut memperoleh legitimasi tambahan. Penelitian juga menunjukkan bahwa kepercayaan politik memiliki hubungan signifikan dengan tingkat partisipasi politik masyarakat (Akhrani et al., 2018). Dalam kerangka Putnam, trust mempermudah koordinasi dan mempercepat pembentukan tindakan kolektif. Pada pasangan nomor urut 02, legitimasi personal tetap ada dalam lingkup terbatas, namun tidak berkembang menjadi legitimasi kolektif lintas fakultas. Tanpa distribusi kepercayaan melalui jaringan yang luas, pembentukan persepsi positif berjalan lebih lambat.

Pola keempat yang menonjol adalah integrasi antara jaringan offline dan media sosial. Pasangan nomor urut 01 tidak hanya mengandalkan relasi tatap muka melalui safari fakultas, tetapi juga mengintegrasikannya dengan kampanye digital yang konsisten. Akun Instagram resmi berfungsi sebagai pusat distribusi pesan, sementara jaringan offline menjadi aktor penyebar ulang konten. Pola ini menciptakan efek penguatan ganda: relasi personal membangun kepercayaan, sementara media sosial memperluas jangkauan dan repetisi pesan. Setiap unggahan yang dibagikan ulang oleh simpatisan memperkuat persepsi dukungan yang luas. Dengan demikian, media sosial berfungsi sebagai amplifikasi modal sosial yang telah ada. Hal ini karena media sosial dapat memperluas jaringan interaksi dan meningkatkan kepercayaan dalam hubungan sosial (Rachmawati, 2025). Yap et al. (2022) juga menegaskan bahwa generasi muda cenderung mengintegrasikan aktivitas politik dengan praktik digital sehari-hari. Keterlibatan dalam ruang daring menjadi bagian dari pembentukan identitas kewargaan serta partisipasi kolektif dalam isu publik. Sebaliknya, pasangan nomor urut 02 tidak menunjukkan integrasi serupa. Aktivitas digital yang terbatas pada satu unggahan deklarasi tidak berkembang menjadi pola komunikasi berkelanjutan. Tanpa penguatan digital, jaringan offline yang terbatas tidak memperoleh dukungan perluasan melalui ruang virtual.

Perbedaan pola pemanfaatan modal sosial antara kedua Capresma menunjukkan bahwa efektivitas kampanye tidak hanya ditentukan oleh jumlah jaringan, tetapi juga oleh strategi pengelolaannya. Pasangan nomor urut 01 menunjukkan pola kombinasi *bonding* yang kuat, *bridging* yang luas, legitimasi berbasis trust, serta integrasi *offline-online*. Pola ini membuat dukungan tidak hanya kuat di satu fakultas, tetapi juga menyebar ke fakultas lain. Sebaliknya, pasangan nomor urut 02 lebih bertumpu pada *bonding* terbatas tanpa ekspansi *bridging* dan tanpa integrasi digital yang konsisten. Jika dilihat dari proses mobilisasi dukungan, jaringan yang tidak terhubung secara luas cenderung menghasilkan pergerakan yang lebih lambat dan kurang merata. Dalam komunikasi politik, strategi yang inklusif dan adaptif terbukti mampu meningkatkan efektivitas kampanye serta partisipasi masyarakat (Sistyawan, 2025).

Temuan ini menunjukkan bahwa dalam Pemira UNNES 2024, modal sosial baru berdampak ketika benar-benar dikelola dengan baik. Ia menjadi efektif ketika diaktivasi melalui strategi yang terstruktur dan berkelanjutan. Capresma yang mampu menggabungkan kohesi internal dengan perluasan eksternal memiliki peluang lebih besar dalam membangun legitimasi dan mengonsolidasikan dukungan. Jika dilihat secara keseluruhan, pola pemanfaatan modal sosial dalam Pemira UNNES 2024 memperlihatkan bahwa jaringan, kepercayaan, dan komunikasi bukan hanya elemen pendukung, melainkan fondasi strategis dalam kontestasi politik

mahasiswa. Modal sosial berfungsi sebagai mekanisme yang menghubungkan relasi personal dengan tindakan kolektif, serta menjembatani pengalaman organisasi dengan mobilisasi politik dalam ruang demokrasi kampus.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa modal sosial berperan sebagai sumber daya strategis dalam membentuk efektivitas kampanye pada Pemira Universitas Negeri Semarang tahun 2024. Peran tersebut tidak hanya berkaitan dengan keberadaan jaringan sosial, tetapi juga dengan cara jaringan tersebut diaktifkan dan dikelola dalam proses mobilisasi dukungan. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa kombinasi antara bonding social capital dan bridging social capital menjadi faktor kunci dalam menentukan keberhasilan kampanye. Bonding social capital berfungsi memperkuat kohesi internal dan membangun kepercayaan dalam kelompok yang homogen, sehingga memudahkan proses konsolidasi awal. Sementara itu, bridging social capital memungkinkan perluasan jaringan lintas kelompok yang berbeda, sehingga distribusi informasi dan jangkauan dukungan menjadi lebih luas.

Unsur kepercayaan (*trust*) berperan sebagai mekanisme yang memperkuat legitimasi kandidat. Kepercayaan tidak hanya dibangun melalui interaksi langsung, tetapi juga melalui rekomendasi dalam jaringan sosial yang telah terbentuk sebelumnya. Dalam hal ini, modal sosial bekerja sebagai mekanisme yang menghubungkan relasi personal dengan tindakan kolektif, sehingga mempercepat proses mobilisasi dukungan. Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa modal sosial tidak bersifat statis, melainkan bersifat dinamis dan kontekstual, bergantung pada kemampuan kandidat dalam mengintegrasikan jaringan *offline* dengan media digital. Integrasi tersebut memperkuat fungsi modal sosial sebagai sarana distribusi informasi sekaligus pembentukan persepsi kolektif di kalangan pemilih. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan kampanye dalam Pemira tidak hanya ditentukan oleh kapasitas individu kandidat atau program yang ditawarkan, tetapi oleh kemampuan dalam mengelola dan mengaktifkan modal sosial secara strategis. Secara teoretik, penelitian ini memperluas pemahaman mengenai modal sosial dengan menunjukkan bahwa dalam konteks politik kampus, relasi informal, jaringan personal, dan interaksi digital memiliki peran yang lebih dominan dibandingkan dengan struktur formal kelembagaan.

Referensi

- Akhriani, L. A., Imansari, F., & Faizah, F. (2018). Kepercayaan Politik dan Partisipasi Politik Pemilih Pemula. *MEDIAPSI*, 4(1), 1–6. <https://doi.org/10.21776/ub.mps.2018.004.01.1>.
- Ananda, R., & Valentina, T. R. (2021). Modal Politik dan Modal Sosial Athari Gauthi Ardi pada Kemenangan Pemilu Legislatif Tahun 2019 di Provinsi Sumatera Barat. *JDKP Jurnal Desentralisasi dan Kebijakan Publik*, 2(1), 169-185. <https://doi.org/10.30656/jdkp.v2i1.2496>.
- Andary, R. W., & Lubis, K. (2023). Peran Media Sosial Dalam Komunikasi Politik. *GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan*, 9(4). <http://governance.lkispol.or.id/index.php/description/article/view/77>.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications Ltd.

- Dewan Perwakilan Mahasiswa Keluarga Mahasiswa Universitas Negeri Semarang. (2015). *Undang-Undang Keluarga Mahasiswa Universitas Negeri Semarang Nomor 3 Tahun 2015 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 tentang Pemilihan Umum Raya Keluarga Mahasiswa Universitas Negeri Semarang*. Universitas Negeri Semarang.
- Habibullah, A., Suparto, D., & Sutjiatmi, S. (2022). Analisis Modal Sosial Dalam Kemenangan Pilkada Pemalang Tahun 2020. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 11(1), 1-12. <https://doi.org/10.20961/jas.v11i1.55134>.
- Heriyanto, A. A. A., & Solihah, R. (2023). Strategi pemanfaatan modal politik dan modal sosial calon anggota legislatif menghadapi Pemilu Legislatif 2024. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Humaniora*, 7(2), 2023-366. <https://doi.org/10.31604/jim.v7i2.2023.366-374>.
- Ichsan, M., Irawan, A., & Safira, Y. (2023). Analisis Komodifikasi Media Sosial Instagram terhadap Citra Partai Politik Menjelang Pemilihan Calon Presiden 2024. *JSHP: Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 7(1), 76-90. <https://doi.org/10.32487/jshp.v7i1.1440>
- Jatnika, A. W., Saepudin, E., & Siregar, C. N. (2019). Kampus sebagai miniatur keindonesiaan. *Jurnal Citizenship: Media Publikasi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan*, 2(1), 8-15. <https://doi.org/10.12928/citizenship.v2i1.15937>.
- Moleong, L. J. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rineka Cipta.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon Schuster.
- Putnam, R. D., Nanetti, R. Y., & Leonardi, R. (1994). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton University Press.
- Putra, T. P., Widiensyah, S., & Hardiansyah, M. A. (2023). Modal Sosial Pemimpin Organisasi Mahasiswa dalam Memenangkan Pemilihan Raya Mahasiswa di FKIP Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Tahun 2022. *Sosietas: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 13(2), 147-154. <https://doi.org/10.17509/sosietas.v13i2.61878> .
- Rachmawati, D. N. (2025). Rekonstruksi Modal Sosial di Era Masyarakat Digital: Analisis Sosiologis atas Peran Media Sosial dalam Memperkuat Solidaritas Komunitas Lokal di Kabupaten Sidoarjo. *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science*, 3(4), 370-377. <https://jurnal.intekom.id/index.php/njms/article/view/1682>.
- Ruppel, E. K., Gross, C., Stoll, A., Peck, B. S., Allen, M., & Kim, S. Y. (2017). Reflecting on connecting: Meta-analysis of differences between computer-mediated and face-to-face self-disclosure. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 22(1), 18-34. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12179>.
- Sistyawan, D. J. (2025). Efektivitas Metode Kampanye dalam Meningkatkan Kesadaran Politik: Studi Kasus Kabupaten Temanggung. *Politika: Jurnal Ilmu Politik*, 16(1), 84-98. <https://doi.org/10.14710/politika.16.1.2025.84-98>

- Sulistyo, E., & Fauzi, A. M. (2020). Kajian Deskriptif Partisipasi Politik Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Unesa di Pemilihan Umum Raya (Pemira). *Paradigma*, 7(4), 1-6. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/view/31823>
- Suntama, E. S. R., & Djuyandi, Y. (2022). Strategi Kampanye Ganjar Ramadhan Melalui Pemanfaatan Modal Sosial Pada Pemilu Legislatif Kabupaten Cianjur Tahun 2019. *Paradigma POLISTAAT: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 5(2), 80-87. <https://doi.org/10.23969/paradigmapolistaat.v5i2.6239>.
- Syafitri, H., & Warsono, W. (2021). Primordialisme dalam praktik demokrasi di organisasi kemahasiswaan (konflik sosial dalam Pemira BEM Unesa 2020). *Kajian Moral dan Kewarganegaraan*, 9(3), 672-688. <https://doi.org/10.26740/kmkn.v9n3.p672-688>.
- Syahrul, F., Paskarina, C., & Sumadinata, R. W. S. (2020). The Political Orientation of Extra-Campus Student Organizations in the 2019 Presidential Election. *Society*, 8(2), 486-505. <https://doi.org/10.33019/society.v8i2.201>.
- Theocharis, Y. (2015). The conceptualization of digitally networked participation. *Social Media+ Society*, 1(2), 2056305115610140. <https://doi.org/10.1177/205630511561014>.
- Wibowo, A. D. P., Lim, W., & Angkasa, S. (2024). Peran Partai Politik dalam Era Digital: Transformasi Kampanye Konvensional ke Digital. *Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora*, 4(3), 409-414. <https://ejournal.penerbitjurnal.com/index.php/humaniora/article/view/1000/864>.
- Wumbu, Y. L. E., Putri, I. A., & Hendrik, D. (2025). Peran Media Sosial Sebagai Wadah Partisipasi Politik Masa Kini di Kalangan Generasi Z (Studi Kasus: Akun Media Sosial PUSPENPOL). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 6(1), 521–526. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v6i1.6115>.
- YAP, J. M., NEMETH, R., & HAJDU BARAT, A. (2022). Digital Civic Engagement and Youth Participation: Hungarian LIS Students' Perspective of Political Information. In *University Library at a New Stage of Social Communications Development. Conference Proceedings*, (7), 232–242. https://doi.org/10.15802/unilib/2022_270384.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. Sage.