



JURNAL POLITIK PEMERINTAHAN DHARMA PRAJA

e-ISSN 2721-7043 ISSN 1979-8857

Website: <http://ejournal.ipdn.ac.id/JPPDP>

Faculty of Politics Governance, Governance of Home Affairs (IPDN)

JPPDP, Vol 19 No. 1 (2026)

Doi: <https://doi.org/10.33701/jppdp.v19i1.6041>

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

Gaston Otto Malindir¹

¹Universitas Kristen Indonesia, Jakarta, Indonesia

Email: otto.malindir@gmail.com

*corresponding author

E-mail: otto.malindir@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze and describe the modalities of Pramono-Rano's victory in the 2024 Regional Head Election of the Special Region of Jakarta Province. This study uses a qualitative approach, with a case study research design. The data collection techniques used include observation and interviews. The data analysis technique uses an interactive analysis model that includes: data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of this study indicate that Pramono-Rano's victory was influenced by social, economic, cultural, and symbolic capital. Social capital is demonstrated through the involvement of various elements ranging from community leaders, to mass organizations in the Special Region of Jakarta Province in every moment of the Pramono-Rano campaign. Economic capital emerges through the management of resources such as money, energy, time, and ideas implemented by the winning team. Cultural capital is reflected in the use of typical Betawi ornaments and symbols such as ondel-ondel. Meanwhile, symbolic capital is formed from Pramono-Rano's experience through their work in government, thus being able to instill a sense of trust from the people of the Special Region of Jakarta.

Keywords: *Democracy, Local Politics*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguraikan mengenai modalitas kemenangan Pramono-Rano pada Pemilihan Kepala Daerah Provinsi Daerah Khusus Jakarta tahun 2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan desain penelitian studi kasus. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi; observasi dan wawancara. Teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif yang meliputi: reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemenangan Pramono-Rano dipengaruhi oleh modal sosial, ekonomi, budaya dan simbolik. Modal sosial ditunjukkan melalui keterlibatan berbagai elemen mulai dari tokoh masyarakat, maupun ormas yang ada di Provinsi Daerah Khusus Jakarta dalam setiap momen kampanye Pramono-Rano. Modal ekonomi muncul melalui pengelolaan sumber daya seperti; uang,

tenaga, waktu, hingga ide yang dijalankan oleh tim pemenangan. Modal budaya tercermin dari penggunaan ornamen dan simbol khas Betawi seperti ondel-ondel. Sedangkan modal simbolik terbentuk dari pengalaman Pramono-Rano melalui kiprahnya di pemerintahan, sehingga mampu memberikan rasa percaya dari masyarakat Daerah Khusus Jakarta.

Kata Kunci: Demokrasi, Politik Lokal.

PENDAHULUAN

Kajian internasional mengenai faktor kemenangan pasangan calon dalam pemilihan kepala daerah menunjukkan bahwa kemenangan elektoral tidak lagi ditentukan oleh satu variabel tunggal, melainkan oleh kombinasi faktor struktural, sosiologis, psikologis, serta strategi politik kandidat. Penelitian-penelitian di berbagai negara memperlihatkan bahwa modal sosial kandidat, kekuatan jaringan partai, komunikasi politik, kondisi sosial ekonomi pemilih, serta penggunaan strategi kampanye berbasis isu dan identitas lokal menjadi determinan utama keberhasilan elektoral.

Penelitian Madukpe et al., (2025) di Nigeria menunjukkan bahwa indikator sosial ekonomi seperti tingkat pendidikan, pendapatan, dan indeks pembangunan manusia (IPM) memiliki korelasi kuat terhadap kemenangan kandidat, khususnya di wilayah dengan tingkat pembangunan yang lebih tinggi. Kandidat dari partai tertentu cenderung unggul di daerah dengan IPM tinggi, menandakan pergeseran preferensi pemilih menuju politik berbasis isu dan kinerja. Temuan serupa juga terlihat

di Polandia, di mana Krochmal (2025) membuktikan bahwa sentimen publik di media sosial yang dikombinasikan dengan karakteristik sosial ekonomi regional mampu memprediksi kemenangan partai secara signifikan dalam pemilu lokal dan nasional.

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

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

Berbeda dengan di Indonesia yang menunjukkan bahwa kedekatan sosial dan kultural kandidat dengan pemilih, kekuatan jaringan tokoh agama dan masyarakat, serta kemampuan membangun relasi personal merupakan faktor dominan dalam kemenangan pilkada. Tarisa et al., (2025) menunjukkan bahwa keberhasilan kepala desa terpilih di Sumatera Selatan dipengaruhi oleh kombinasi strategi *ofensif* (visi-misi jelas, tim kampanye solid,

mobilisasi jaringan keagamaan) dan strategi defensif (kedekatan budaya, relasi sosial jangka panjang, dan partisipasi aktif dalam kegiatan masyarakat).

Sementara itu, Komarudin et al., (2025) menegaskan bahwa politik uang masih menjadi faktor signifikan yang memengaruhi hasil pilkada, bahkan mampu mengalahkan keunggulan institusional kandidat petahana di Kabupaten Subang. Hal ini diperkuat oleh temuan Lapinji et al., (2024) yang menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap politik uang secara nyata membentuk preferensi elektoral di tingkat lokal.

Dinamika pilkada di Indonesia sejak tahun 2005 hingga 2024 menunjukkan perubahan yang cukup signifikan. Pada pilkada tahun 2005, banyak daerah yang masih didominasi oleh calon yang diusung oleh satu atau dua partai politik besar. Namun, seiring berjalannya waktu, munculnya banyak partai baru dan calon independen memperkaya perwujudan demokrasi dalam pilkada. Berbeda dengan Pilkada yang dilakukan sebelumnya, Pilkada di tahun 2024 menjadi lebih menarik karena dilakukan secara serentak untuk pertama kalinya.

Dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 2016 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota. dijelaskan bahwa pemilihan Kepala Daerah dilakukan serentak dengan tujuan meningkatkan

efisiensi, efektivitas, dan konsistensi pelaksanaan pemilu di Indonesia. Pilkada serentak 2024 melibatkan 545 daerah terdiri dari 37 Provinsi, 415 Kabupaten dan 93 Kota, mencakup pemilihan Gubernur, Bupati, dan Wali Kota secara bersamaan. Dinamika ini menjadi tantangan baru, seperti bagaimana mengelola logistik, pengawasan, dan pelaksanaan kampanye dalam skala yang jauh lebih besar.

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

Bukan hanya didukung oleh 16 partai koalisi, Ridwan Kamil-Suswono juga mendapatkan dukungan terbuka oleh sejumlah elit politik seperti mantan Presiden Indonesia, Joko Widodo dan

Presiden Indonesia terpilih yakni Prabowo Subianto. Meskipun demikian, Pramono-Rano berhasil meraih kemenangan telak (satu putaran) dengan 50,07% suara pada Pilkada Provinsi Daerah Khusus Jakarta tahun 2024 (Prayitno & Malindir, 2025).

Fenomena yang terjadi pada Pilkada Daerah Khusus Jakarta tahun 2024 menunjukkan bahwa kemenangan kandidat tidak hanya ditentukan oleh dukungan partai politik semata, melainkan oleh faktor lainnya. Oleh karena itu maka pertanyaan penelitian yang diajukan untuk kemudian dijawab dalam penelitian ini yaitu; modal non politik apa saja yang menjadi pendukung dalam kemenangan Pramono-Rano pada Pilkada Daerah Khusus Jakarta tahun 2024.

Untuk menjawab pertanyaan tersebut, maka penelitian ini menggunakan Teori Modalitas dari Bourdeau (1986). Ia menyebutkan bahwa dalam arena praktik politik, para aktor memerlukan modal-modal istimewa sebagai bahan pembanding dengan aktor lain agar mampu memperoleh dukungan dan dapat menduduki posisi tertentu ataupun untuk menjaga eksistensinya dalam arena tersebut.

Dalam perspektif Bourdieu (1986) setidaknya ada 4 jenis modal yang kemudian setiap jenis modal tersebut dapat dikonversikan atau ditukar dengan jenis modal yang mencakup; 1) modal sosial, 2) modal ekonomi, 3) modal budaya, dan 4)

modal simbolik. Keempat jenis modal inilah yang akan digunakan untuk menguraikan tentang faktor kemenangan Pramono-Rano pada Pilkada Daerah Khusus Jakarta tahun 2024.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis-interpretatif, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam makna, proses, serta dinamika sosial-politik yang melatarbelakangi kemenangan pasangan Pramono-Rano pada Pemilihan Kepala Daerah Provinsi Daerah Khusus Jakarta Tahun 2024. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti mengeksplorasi persepsi aktor politik, strategi kampanye, mobilisasi dukungan, serta konteks sosial-politik pemilih secara holistik (Creswell & Poth, 2018; Denzin & Lincoln, 2018). Selain itu, pendekatan ini relevan untuk menelaah fenomena politik elektoral yang bersifat kompleks, kontekstual, dan sarat makna, sehingga tidak dapat direduksi hanya pada variabel kuantitatif semata (Bryman, 2016; Given, 2018).

Desain penelitian yang digunakan adalah studi kasus kualitatif (*qualitative case study*). Studi kasus dipilih karena penelitian ini berfokus secara mendalam pada satu fenomena spesifik, yaitu modalitas kemenangan pasangan Pramono-

Rano dalam konteks Pilkada Provinsi Daerah Khusus Jakarta Tahun 2024, sebagai sebuah kasus politik lokal yang unik, kompleks, dan kontekstual (Stake, 2010; Yin, 2018).

Adapun teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini meliputi; observasi dan wawancara partisipatif terbatas (Creswell, 2014; Kvale & Brinkmann, 2015; Spradley, 2016; Creswell & Poth, 2018). Teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif yang meliputi tiga tahapan utama: Reduksi data, Penyajian data (*data display*), serta Penarikan kesimpulan dan verifikasi (Miles et al., 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

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

Modal Sosial

Modal sosial adalah jumlah sumber daya, aktual atau maya, yang berkumpul pada seorang individu atau kelompok karena memiliki jaringan tahan lama berupa hubungan timbal balik pengenalan dan pengakuan yang sedikit banyak

terinstitusionalisasikan (Harker 2009). Dalam praktik politik, modal sosial bukan modal yang dapat dibangun dalam waktu yang singkat, dan tidak selalu dibangun oleh aktor politik itu sendiri melainkan bisa saja berasal dari orang tua atau keturunannya yang lain. Semakin kuat modal sosial yang dimiliki maka potensi memperoleh dukungan masyarakat semakin besar.

Dalam konteks teori modal sosial pada strategi kemenangan Pramono-Rano di pilkada provinsi jakarta tahun 2024 menunjukkan adanya pemanfaatan jaringan sosial yang luas untuk membangun dukungan politik yang solid. Modal sosial ini tercermin dalam keterlibatan berbagai pihak, seperti tokoh agama, tokoh masyarakat, ormas, dan kelompok pemuda, yang mendukung pasangan ini.



Gambar 1. Deklarasi Dukungan 63 Ormas Islam Kepada Pasangan Pramono-Rano
Sumber: Antaranews.com, 2024

Temuan penelitian menunjukkan bahwa, beberapa minggu sebelum dilakukannya Pilkada, Pramono-Rano mendapatkan dukungan dari berbagai kelompok salah satunya organisasi

kemasyarakatan (Ormas) Islam yang ada di Daerah Khusus Jakarta pada tanggal 01 November 2024. Tidak dapat dipungkiri bahwa dalam momentum Pemilu maupun Pilkada khususnya, dukungan dari kelompok mayoritas menjadi modal utama dalam menentukan kemenangan pasangan calon.

Data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2024 menunjukkan bahwa jumlah masyarakat beragama Islam yang menetap di Daerah Khusus Jakarta jumlahnya mencapai 9.334.665 (87,36%) dari total 11.134.800 penduduk. Dengan begitu maka, dukungan dari basis Muslim menjadi salah satu modal bagi kemenangan Pramono-Rano.

Tidak hanya Ormas Islam, Pramono-Rano juga mendapatkan dukungan dari sejumlah Ormas besar yang ada di Jakarta, mulai dari Forum Komunikasi Anak Betawi (Forkabi), Generasi Muda FKPPPI, sampai dengan Forum Betawi Rempug (FBR). Selain itu, Ormas bentukan tokoh nasional seperti, Aliansi Nasional Indonesia Sejahterah (ANIES) dan Relawan Abah for Si Doel bentukan Anis Baswedan, sampai dengan Bravo 5 bentukan Luhut Binsar Pandjaitan juga turut mendeklarasikan dukungan kepada pasangan Pramono-Rano.

Di sisi lain, RK-Suswono didukung sejumlah Ormas yang ada di Jakarta seperti; LMP se-DKI Jakarta,

Barisan Masyarakat Umum Intelektual Indonesia Maju (BUMMI Trisula), Geber, Jeger, POB, Kaliber, PPBNI Satria Banten, Forum Betawi Bersatu (FBB), sampai dengan Gerakan Rakyat Indonesia Bersatu (GRIB) Jaya. Meskipun demikian, Ormas pendukung RK-Suswono tidak memiliki basis masa yang lebih besar jika dibandingkan Ormas-ormas pendukung Pramono-Rano. Sedangkan, pasangan calon independent, Dharma-Kun sangat minim dalam mendapatkan dukungan Ormas yang ada di Jakarta.

Selain Ormas, mayoritas Jakmania sebagai kelompok suporter Persija yang jumlah anggota ditaksir mencapai 2 juta orang dari total 8,2 DPT (Provinsi Daerah Khusus Jakarta) memberikan dukungan kepada Pramono-Rano. Berdasarkan data Lembaga Survey Indonesia (LSI) yang dirilis pada 23 Oktober 2024, menunjukan bahwa 50,5% Jakmania mendukung Pasangan Pramono-Rano, sedangkan 33,2% mendukung RK-Suswono, dan 5,5% mendukung Dharma-Kun Wardana (LSI, 2024).

Pemberian dukungan yang dilakukan oleh mayoritas Ormas yang ada di Provinsi Daerah Khusus Jakarta kepada Pasangan Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jakarta, Pramono-Rano menunjukan bahwa keduanya memiliki modal sosial yang kuat dibandingkan pasangan calon lainnya yakni RK-Suswono

dan Dharma-Kun.

Melalui hubungan yang kuat dan saling percaya antara kandidat dan masyarakat, Pramono-Rano berhasil menciptakan ikatan emosional yang mendalam dengan pemilih. Selain itu, mereka juga memanfaatkan komunitas-komunitas lokal untuk memperluas cakupan kampanye mereka, dengan melibatkan kelompok-kelompok sosial yang memiliki pengaruh di lingkungan masing-masing. Pendekatan ini menunjukkan bagaimana penggunaan modal sosial dapat membantu dalam membangun kredibilitas dan kepercayaan publik. Modal sosial juga terlihat dalam kerjasama tim pemenangan yang saling mendukung untuk memperkuat pesan kampanye di berbagai lapisan masyarakat.

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

Rano berusaha mendengarkan langsung aspirasi masyarakat, yang membangun kepercayaan dan legitimasi politik.

Dengan menjaga konsistensi pesan dan frekuensi komunikasi, kampanye Pramono-Rano juga memperkuat ikatan sosial dengan pemilih, membuat masyarakat Jakarta merasa lebih yakin terhadap niat dan kapasitas pasangan calon. Kemampuan Pramono untuk bergaul dengan berbagai kelompok, termasuk kelompok non-partai politik seperti Forkabi, FKPPi, FBR dan Boing Labi, memperlihatkan bagaimana relasi sosial yang inklusif dapat memperluas jaringan dukungan politik.

Keberhasilan Pramono-Rano dalam membangun koalisi dengan mayoritas Ormas dan kelompok-kelompok masyarakat lainnya yang ada di Jakarta menunjukkan adanya kepercayaan yang kuat dari berbagai pihak terhadap karakter dan niat politik Pramono-Rano. Modal sosial ini juga diperkuat oleh kemampuan Pramono-Rano untuk menghindari isu sensitif seperti kesukuan dan ekonomi, yang membuat pasangan ini diterima lebih luas oleh masyarakat Jakarta.

Dalam perspektif teori modalitas sosial, temuan di lapangan menunjukan bahwa pasangan Pramono-Rano berhasil membangun kedekatan dengan berbagai elemen dan kelompok masyarakat dan menjadikan itu sebagai basis sosial dalam

meraih kemenangan pada Pilkada Daerah Khusus Jakarta tahun 2024. Kemampuan Pramono untuk bergaul dengan berbagai kelompok, termasuk kelompok non-partai seperti Forkabi, FKPPi, FBR dan Boing Labi, menunjukkan pemanfaatan hubungan sosial yang inklusif, serta perluasan jaringan sosial menjadi dukungan politik.

Modal Ekonomi

Dalam Pilkada sudah menjadi sebuah keharusan bagi setiap kandidat untuk mempersiapkan dan menghadapi kontestasi perlu dana politik yang tidak sedikit, karena hal ini berkaitan dengan pembiayaan yang besar atau berdasarkan kebutuhan penggunaan dana politik itu sendiri. Dalam masa kampanye, membutuhkan dana yang cukup besar untuk membiayai berbagai kebutuhan seperti mencetak poster, spanduk, membayar iklan, dan berbagai kebutuhan lainnya.

Meski demikian, modal ekonomi tidak hanya digunakan untuk membiayai kampanye tetapi juga untuk membangun relasi dengan para pendukung, termasuk didalamnya adalah modal untuk memobilisasi dukungan pada saat menjelang dan berlangsungnya kampanye (Harker 2009).

Dalam konteks modal ekonomi merujuk pada teori modalitas dari Bourdieu (1986), strategi kemenangan Pramono-Rano di Pilkada Provinsi Jakarta 2024 dapat

dilihat melalui pemanfaatan sumber daya finansial yang mereka miliki. Modal ekonomi ini berperan penting dalam mendanai berbagai kegiatan kampanye, iklan politik, dan penguatan jaringan pendukung Pramono-Rano di Jakarta.

Bourdieu (1986) menyebutkan bahwa modal ekonomi tidak hanya terkait dengan kekayaan material, tetapi juga dengan kemampuan untuk mengakses modal sosial dan budaya yang lebih luas. Dalam hal ini, Pramono-Rano memanfaatkan modal ekonomi untuk memperluas pengaruh politik mereka, membangun aliansi dengan kelompok-kelompok penting, serta memperkuat posisi mereka di masyarakat.

Modal ekonomi yang dimiliki menjadi dasar untuk menciptakan peluang dalam memperluas jaringan dukungan dan memobilisasi sumber daya lainnya. Dengan demikian, modal ekonomi ini tidak hanya mendukung keberhasilan finansial kampanye, tetapi juga memperkuat dominasi politik mereka dalam pilkada tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kemenangan Pramono-Rano pada Pilkada DKI Jakarta 2024, tidak terlepas dari ketersediaan dana kampanye yang selama masa kampanye berlangsung. Berdasarkan data Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Jakarta, Laporan Awal Dana Kampanye (LADK) ketiga

pasangan calon gubernur dan wakil gubernur Jakarta 2024 menunjukkan bahwa pasangan RK-Suswono menggelontorkan dana sebesar Rp, 1.000.000.000, disusul pasangan Pramono-Rano dengan Rp, 100.000.000, dan pasangan independen Dharma-Kun senilai Rp, 5.000.000 (KPU Provinsi Daerah Khusus Jakarta, 2024).

Data tersebut menunjukkan bahwa, dari ketiga Pasangan Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Daerah Khusus Jakarta pada Pilkada 2024, pasangan Pramono-Rano bermodalkan dana awal kampanye yang relatif minim jika dibandingkan dengan pasangan RK-Suswono. Meskipun demikian, Keterbatasan dana awal kampanye yang dimiliki Pramono-Rano tidak menjadi hambatan bagi dalam melakukan kampanye diberbagai tempat yang ada di Jakarta.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa modal ekonomi Pramono-Rano diperkuat dengan kontribusi sukarela para kader partai pendukung dalam bentuk sumbangan sukarela. Tidak hanya terbatas dalam bentuk uang, para kader dari partai pendukung dalam hal ini PDI Perjuangan dan Hanura bisa memberikan tenaga, waktu, dan ide sebagai sumbangan, seperti membantu menyebarkan materi kampanye atau memberikan pemikiran untuk strategi yang lebih efektif. Ini menunjukkan bahwa modal ekonomi dalam politik tidak hanya soal uang, tapi juga tentang bagaimana

setiap orang bisa berkontribusi dengan cara lain.

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

Temuan tersebut menunjukkan bahwa modal ekonomi dalam kampanye Pramono-Rano di Pilkada Daerah Khusus Jakarta tahun 2024 tidak hanya terbatas pada dana, tetapi juga melibatkan kontribusi non-finansial seperti waktu dan ide. Selain itu, solidaritas sosial yang terjalin dalam kampanye ini juga memperlihatkan pentingnya modal sosial

dan bagaimana dukungan dari berbagai kalangan dapat memperkuat gerakan politik. Secara keseluruhan, modal ekonomi di sini adalah gabungan antara dana yang disumbangkan dan usaha sukarela dari berbagai pihak untuk mendukung jalannya kampanye.

Temuan di lapangan juga menunjukkan bahwa modal ekonomi terlihat bukan sebagai dominasi uang, melainkan sebagai pengelolaan sumber daya secara kolektif. Dukungan dari tokoh-tokoh besar memang ada, namun tidak ditonjolkan sebagai faktor utama dalam kerja tim. Yang lebih menonjol justru semangat gotong royong, di mana tim bekerja dengan mengandalkan tenaga, waktu, dan komitmen bersama. Modal ekonomi di sini diwujudkan dalam bentuk “keringat” dan kerja nyata di lapangan, bukan semata-mata pembiayaan kampanye.

Sikap tidak berorientasi pada imbalan menunjukkan bahwa sumber daya ekonomi dimaknai sebagai pengabdian untuk tujuan politik bersama. Dengan demikian, modal ekonomi dalam konteks ini terakumulasi melalui kerja kolektif dan legitimasi moral yang kemudian diterima oleh masyarakat. Besar atau kecilnya dana akan sangat bergantung pada bagaimana dana tersebut dikelola dan dimanfaatkan dalam strategi kampanye. Tanpa perencanaan yang tepat, dana yang besar pun bisa menjadi tidak efektif. Sebaliknya,

dana yang terbatas masih dapat memberikan dampak apabila digunakan secara cermat dan sesuai dengan kebutuhan pemilih. Hal ini membuktikan bahwa modal ekonomi tidak bekerja secara otomatis, tetapi harus diiringi dengan strategi politik yang matang. Dengan demikian, yang lebih menentukan bukan jumlah dana kampanye, melainkan kecakapan tim dalam mengelola dan mengarahkannya.

Berdasarkan hasil dan analisis tersebut, maka secara keseluruhan dapat dijelaskan bahwa modal ekonomi dalam strategi kemenangan Pramono-Rano tidak hanya dipahami sebagai besarnya dana kampanye. Modal ekonomi justru muncul melalui pengelolaan berbagai sumber daya, mulai dari dana, tenaga, waktu, hingga ide yang dijalankan secara bersama-sama oleh tim dan kader partai. Praktik gotong royong yang kuat memperlihatkan bagaimana sumber daya ekonomi diubah menjadi kekuatan kolektif yang menopang kerja politik di lapangan. Dukungan dana dari tokoh partai dan jaringan pendukung memang berperan, tetapi tidak berdiri sendiri tanpa strategi yang tepat. Efektivitas modal ekonomi sangat ditentukan oleh kemampuan tim dalam mengatur, mengarahkan, dan menyesuaikannya dengan kebutuhan pemilih. Dengan demikian, kemenangan Pramono-Rano mencerminkan keberhasilan mengelola modal ekonomi secara efektif dan

terintegrasi, bukan semata karena keunggulan finansial

Modal Budaya

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

Dari segi modal budaya, kemenangan Pramono-Rano pada Pilkada Provinsi Jakarta 2024 dapat dilihat melalui kapasitas intelektual dan simbolik yang melekat pada figur serta tim pendukungnya. Modal budaya tercermin dari kemampuan kandidat dalam berkomunikasi secara efektif di ruang publik, menampilkan sikap yang sesuai dengan nilai, etika, dan estetika masyarakat Jakarta. Selain itu, cara berpenampilan, gaya berbicara, dan kemampuan beradaptasi dengan beragam kelompok sosial menunjukkan penguasaan habitus yang relevan dengan konteks

perkotaan.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa modal budaya dimanfaatkan oleh Pramono-Rano seperti tradisi palang pintu dalam beberapa sesi pembuka kampanye Pramono-Rano. Tradisi Palang Pintu tersebut berfungsi sebagai media komunikasi Pramono-Rano yang bertujuan agar dapat diterima oleh masyarakat Jakarta khususnya Suku Betawi.

Palang Pintu merupakan tradisi untuk membuka mahligai pintu pernikahan dan ketaatan atas norma adat yang berlaku di masyarakat setempat. Konon ceritanya, Si Pitung berhasil menundukkan Murtadho dalam tradisi Palang Pintu dan menikahi Aisyah, sebagaimana dikutip dari buku *Perosesi Adat Perkawinan Betawi Buke Palang Pintu* (2013) yang ditulis Bachtiar.

Dalam bahasa Betawi, palang artinya penghalang agar orang atau sesuatu tidak bisa masuk/lewat. Artinya, tradisi Palang Pintu dimaksudkan agar pihak mempelai laki-laki membuka pintu restu dari mempelai perempuan. Kemudian, pintu (rumah pihak perempuan) dijaga oleh jawara sebagai penghalang. Jawara dari mempelai perempuan itu harus ditaklukkan oleh pihak laki-laki atau perwakilan jawaranya.

Penggunaan tradisi Palang Pintu dalam beberapa momentum kampanye Pramono-Rano ini merupakan modal untuk membawa pasangan ini lebih dekat dengan

masyarakat. Dengan begitu maka, kehadiran Pramono-Rano diberbagai titik kampanye akan lebih mudah diterima oleh masyarakat yang ada di Jakarta.

Berdasarkan temuan penelitian dan analisis di atas maka secara keseluruhan dapat dijelaskan bahwa modal budaya memainkan peran penting dalam strategi kemenangan Pramono-Rano pada Pilkada Jakarta tahun 2024. Modal budaya tidak hanya tercermin dari kapasitas intelektual kandidat dan tim, tetapi juga dari kemampuan memahami serta menghidupkan nilai-nilai budaya lokal Betawi dalam setiap momen kampanye Pramono-Rano. Penggunaan simbol seperti cukin, tradisi palang pintu, lagu kampanye, dan sapaan khas Betawi menjadi cara Pramono-Rano untuk menyampaikan pesan politik yang mudah diterima masyarakat. Pada saat yang sama, unsur budaya tersebut disesuaikan dengan karakter Jakarta yang modern dan dinamis. Modal budaya inilah yang kemudian menjadi salah satu faktor dalam kemenangan Pramono-Rano pada Pilkada Jakarta tahun 2024.

Modal Simbolik

Bentuk-bentuk simbolik dapat berupa bahasa, kodekode pakaian, dan postur tubuh. Bourdieu (1986) menganggap hal tersebut tidak hanya memiliki fungsi kognitif simbol-simbol, melainkan melihat fungsi sosial dari simbol-simbol tersebut.

Arti simbol di sini adalah semua bentuk pengakuan kelompok, baik secara institusional atau noninstitusional.

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

Temuan penelitian di lapangan menunjukkan bahwa modal simbolik dimanfaatkan sebagai bagian penting dalam strategi kampanye Pramono-Rano.



Gambar 2. Kampanye Pramono-Rano di Kebayoran, 28 September 2024

Sumber: Trubunnews.com, 2024

Dalam berbagai momen kampanye, Pasangan Pramono-Rano selalu identik

dengan ornamen khas Betawi seperti penggunaan Syal khas Betawi (Cukin) sampai dengan ondel-ondel. Penggunaan simbol budaya Betawi ini menunjukkan adanya upaya Pramono-Rano untuk membangun kedekatan dengan masyarakat Betawi.

Kampanye dengan menggunakan ornamen dan simbol pada kampanye Pramono-Rano menunjukkan adanya pemahaman terhadap identitas lokal masyarakat Jakarta. Pendekatan ini tidak sekadar menampilkan simbol sebagai hiasan, tetapi juga sebagai bentuk penghormatan terhadap nilai sejarah dan tradisi setempat. Pada saat yang sama, penggunaan tersebut disesuaikan dengan karakter Jakarta sebagai kota modern dengan warna hitam-*orange*.

Pemilihan simbol, warna serta narasi kampanye menunjukkan kemampuan Pramono-Rano dan tim pemenangan dalam membaca selera dan latar belakang sosial pemilih yang beragam. Dengan demikian, modal budaya berfungsi untuk menciptakan kedekatan emosional dan memperkuat citra Pramono-Rano sebagai sosok yang akrab dengan budaya lokal namun tetap relevan dengan perkembangan zaman.

Penggunaan Cukin sebagai simbol Betawi dilakukan secara konsisten dalam berbagai kegiatan, sehingga menjadi identitas yang melekat pada kampanye pasangan Pramono-Rano. Simbol tersebut

tidak hanya hadir dalam agenda resmi, tetapi juga digunakan dalam aktivitas santai, yang membuatnya terasa wajar dan dekat dengan keseharian masyarakat. Kebiasaan ini memperlihatkan bagaimana budaya lokal diintegrasikan secara alami ke dalam praktik politik oleh Pramono-Rano di Pilkada Jakarta tahun 2024.

Dua pasangan lainnya yakni RK-Suswono dan Dharma-Khun juga kerap tampil pada berbagai momen kampanye dengan menggunakan Cukin sebagai simbol khas Betawi. Meskipun demikian, latar belakang kedua pasangan calon lainnya yakni RK-Suswono dan Dharma-Khun dianggap kurang merepresentasi masyarakat Betawi. Dari pasangan Pasalon nomor urut 1, Ridwan Kamil merupakan mantan Gubernur Jawa Barat periode 2019-2024 dan akrab disapa “Kang Emil” (panggilan khas Sunda), sedangkan Suswono merupakan mantan Anggota DPR RI dari Dapil IX Jawa Tengah. Dari Paslon nomor urut 2, Dharma Pongrekun merupakan purnawirawan Polri yang berasal dari Palu, Sulawesi Tengah. Hanya Khun Wardana yang berasal dari Jakarta, dan merupakan seorang Akademisi. Meskipun demikian, sosok Khun Wardana tidak banyak dikenal oleh publik Jakarta, jika dibandingkan Pramono-Rano.

Selain itu, panggilan “Bang Doel” yang melekat pada Rano Karno menjadi salah satu pendekatan yang digunakan oleh

Pasangan Pramono-Rano dalam berkomunikasi dengan masyarakat Jakarta selama momentum kampanye. Panggilan Doel melekat pada Rano Karno dimulai sejak penayangan Film Si Doel Anak Betawi pada tahun 1973. Film yang pernah populer sampai awal tahun 2000an ini membuat Rano Karno menjadi terkenal bukan hanya di Jakarta, melainkan diseluruh penjuru Indonesia.



Gambar 3. Kampanye Perdana Pramono-Rano di Jagakarsa, 29 September 2024

Sumber: Beritasatu.com, 2024

Panggilan atau sapaan “Bang” sangat melekat dengan masyarakat Betawi. Panggilan ini sangat sering terdengar bukan hanya dalam kegiatan kebudayaan masyarakat Jakarta, melainkan dalam aktivitas sehari-hari sebagai sapaan akrab bagi seorang laki-laki dewasa. Oleh karena itu, sapaan “Bang Doel” yang melekat pada Rano Karno sebagai Calon Wakil Gubernur nomor urut 3 menjadi modal bagi Pramono-Rano untuk lebih diingat oleh masyarakat Jakarta dibandingkan dua pasangan calon lainnya.

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

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis di atas maka secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa kemenangan Pramono-Rano pada Pilkada Daerah Khusus Jakarta didukung oleh modal sosial, ekonomi, budaya dan simbolik. Hal tersebut

secara spesifik dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Kampanye Pramono-Rano memanfaatkan modal sosial untuk membangun kepercayaan dan keterlibatan langsung dengan berbagai elemen masyarakat. Dukungan dari berbagai kelompok masyarakat (Ormas) besar di Jakarta seperti Ormas Islam, Forum Komunikasi Anak Betawi (Forkabi), Generasi Muda FKPPI, sampai dengan Forum Betawi Rempug (FBR), relawan Anies Baswedan, Bravo 5, sampai Jakmania merupakan modal sosial yang melandasi kemenangan Pramono-Rano ada Pilkada Daerah Khusus Jakarta tahun 2024.
- 2) Modal ekonomi dalam strategi kemenangan Pramono-Rano tidak hanya dipahami sebagai besarnya dana kampanye. Dengan keterbatasan dana awal kampanye, modal ekonomi pasangan Pramono-Rano justru muncul melalui pengelolaan berbagai sumber daya, mulai tenaga, waktu, hingga ide dari para kader partai pendukung.
- 3) Modal budaya tidak hanya

tercermin dari kapasitas intelektual Pramono-Rano, tetapi juga dari kemampuan memahami serta menghidupkan nilai-nilai budaya lokal Betawi. Penggunaan budaya Palang Pintu dalam kampanye Pramono-Rano menjadi modal berbasis kebudayaan yang digunakan dalam kampanye. Dengan begitu maka pasangan ini lebih diterima oleh masyarakat Jakarta dalam setiap momen kampanye yang dilakukan

- 4) Modal simbolik Pramono-Rano terlihat dari penggunaan sejumlah simbol mulai baik syal khas Betawi (Cukin) maupun ondel-ondel menjadi modal bagi Pramono-Rano dalam setiap momentum kampanye sehingga lebih mudah diterima oleh Masyarakat Jakarta. Selain itu, panggilan Bang yang dilekatkan pada Rano Karno (Bang Doel) sebagai Calon Wakil Gubernur nomor urut 3, membuat pasangan ini lebih mudah dikenal dan diingat oleh masyarakat Jakarta.

Berdasarkan temuan tersebut maka adapun rekomendasi dari penelitian ini

antara lain:

- 1) Secara praktis, para kandidat dalam pemilihan kepala daerah ke depannya perlu untuk membangun basis sosial (modal sosial) dengan melibatkan berbagai elemen, tidak terbatas pada tokoh masyarakat dan ormas, melainkan *civil society* lainnya. Hal ini dapat dilakukan dengan pendekatan isu yang dapat dimasukkan sebagai materi kampanye untuk menarik simpati dari berbagai kelompok sosial yang ada baik di Daerah Khusus Jakarta maupun daerah lainnya. Di sisi lain, pasangan calon pada Pilkada berikutnya perlu lebih terbuka dalam menggunakan ornamen adat dan budaya pada setiap momentum kampanye, menyesuaikan dengan latar belakang masyarakat yang beragam.
- 2) Secara teoritis, studi ini memberikan rekomendasi kepada para peneliti selanjutnya untuk berfokus pada salah satu aspek khususnya modal sosial kandidat dalam kemenangan Pilkada. Mengingat bahwa modal sosial menjadi dasar untuk memperkuat modal

ekonomi dan modal simbolik yang dimiliki oleh para kandidat. Di sisi lain, fenomena Pilkada Daerah Khusus Jakarta tahun 2024 juga menunjukkan bahwa, modal politik yang dimiliki pasangan calon tidak dapat dijadikan faktor penentu kemenangan jika tanpa didukung oleh basis sosial yang kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Antaranews.com. (2024). 63 Ormas Islam Deklarasi Duku Pramono-Rano di Pilkada. Diakses dari <https://www.antaranews.com/berita/4436277/63-ormas-islam-deklarasi-dukungan-pramono-rano-di-pilkada>
- Bachtiar. (2013). *Prosesi adat perkawinan Betawi buke palang pintu: Buku panduan*. Jakarta: Sanggar Betawi Si Pitung.
- Bersatu.com. (2024). Kampanye Perdana di Jagakarsa, Bang Doel: Waktunya Benahi Kampung Sendiri. Diakses dari <https://www.beritasatu.com/bersatu-kawal-pilkada/2844442/kampanye-perdana-di-jagakarsa-bang-doel-waktunya-benahi-kampung-sendiri>
- Bourdieu, P. (1986). *The Forms of Capital*. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for The Sociology of Education* (pp. 241–258). New York, NY: Greenwood Press.
- Bryman, A. (2016). *Social Research Methods* (5th ed.). Oxford University Press.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among= Five Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Cutts, D., Goodwin, M., Heath, O., & Surridge, P. (2020). Brexit, The 2019 General Election and The Realignment of British Politics. *The Political Quarterly*, 91(1), pp.7–23.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (5th ed.). SAGE Publications.
- Given, L. M. (2018). *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods*. SAGE Publications.
- Harker, Richard. 2009. *Habitus x Modal + Ranah = Praktik : Pengantar Paling Komprehensif Kepada Pemikiran Pierre Bourdieu*. ed. Pipit Maizier.
- Johnston, R., Pattie, C., & Manley, D. (2021). Spatial Patterns and National Influence in British Local Elections. *British Journal of Politics and International Relations*, 23(3), pp.435–452.
- Komarudin, A., Suryani, L., & Firmansyah, D. (2025). Politik Uang dan Dinamika Kemenangan Kandidat Dalam Pemilihan Kepala Daerah: Studi Kasus Pilkada Kabupaten Subang. *Jurnal Hukum Unissula*, 41(1), hal.55–78.
- Komisi Pemilihan Umum Jakarta. (2024). Laporan Dana Awal Kampanye (LDAK). Diakses dari <https://jakarta.kpu.go.id/>
- Krochmal, M. (2020). *Predicting Local and National Election Results Using Social Media Sentiment and Socio-Economic Data: Evidence From Poland*. ArXiv Preprint.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2015). *InterViews: Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Lapinji, A., Wahyudi, A., & Nurhadi, M. (2024). Persepsi Masyarakat Terhadap Politik Uang Dalam Pemilihan Kepala Daerah di Indonesia. *International Journal of Humanities, Education and Social Sciences (IJHESS)*, 4(2),

- pp.101–115.
- Madukpe, O.O., Adebola, S.A., & Lawal, M. A. (2025). *Socio-Economic Determinants of Local Election Outcomes in Nigeria: Evidence From Machine Learning Analysis*. ArXiv Preprint.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Musil, A.P. (2020). Explaining Electoral Volatility and Local Political Change in Turkey. *Southeast European and Black Sea Studies*, 20(4), pp.603–626.
- Özbudun, E. (2019). Turkey's Local Elections: Fragmentation, Polarization, and Regime Change. *Turkish Studies*, 20(4), pp.505–520.
- Prayitno, A., & Malindir, G. O. (2025). Faktor Elektoral dan Persepsi Kolektif: Studi Explanatory Sequential atas Kemenangan Paslon Pramono-Rano di Pilkada DKI Jakarta 2024. *Jurnal Reformasi*, 15(2), 292-306
- Spradley, J. P. (2016). *Participant Observation*. Waveland Press.
- Stake, R. E. (2010). *Qualitative Research: Studying How Things Work*. Guilford Press.
- Tarisa, M., Yuliana, D., & Hamdani, R. (2025). Strategi Pemenangan Kepala Desa Dalam Pemilihan Langsung di Sumatera Selatan. *Jurnal Aspirasi Sosial dan Politik (JASISPOL)*, 3(1), hal.45–63.
- The Electoral Commission. (2024). *Local Elections in England: Official Results and Analysis*. London: The Electoral Commission.
- The Guardian. (2024, May 2). *UK Local Elections 2024 Live Results: Labour Wins Mayoral and Council Seats Across England*. The Guardian.
- Tribunnews.com. (2024). Mengenal Cukin, Syal Khas Betawi Yang Kerap Dikenakan Pramono Anung. diakses dari <https://www.tribunnews.com/mata-lokal-memilih/2024/10/13/mengenal-cukinsyal-khas-betawi-yang-kerap-dikenakan-pramono-anung>
- Yilmaz, I., & Bashirov, G. (2018). The AKP After 15 Years: Emergence of Erdoganism in Turkey. *Third World Quarterly*, 39(9), 1812–1830.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). SAGE Publications.