

**KETIKA ISU MENGUNGGULI IDENTITAS: ANALISIS KEMENANGAN ZOHRAN MAMDANI DALAM PEMILIHAN WALI KOTA NEW YORK 2025**

**Mim Maulana Mubarak<sup>1</sup>, Muhammad Yusuf Marjani<sup>2</sup>, M. Zainul Arifin<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya

<sup>3</sup>Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Akbar, Surabaya

Email Korespondensi: maulanamubarak255@gmail.com

**ABSTRACT**

Zohran Mamdani's victory in the 2025 New York City mayoral election demonstrates that an issue-based campaign strategy can be a more decisive factor than the personal identity of a candidate. Although often perceived as a figure from a minority background, this study finds that Mamdani's success was primarily shaped by his ability to craft a communication strategy that aligned with the needs of residents, particularly in relation to affordable housing, rising living costs, and access to public services. The analysis draws on three main sources, namely campaign finance data, digital campaign activities, and media coverage. The findings show that Mamdani effectively mobilized non material resources such as volunteers, local communities, and low-cost digital media to compensate for limited external financial support. At the same time, his campaign messages were delivered through a consistent set of policy issues that formed a recognizable narrative for the public. This strategy increased message resonance and broadened voter support in the lead up to election day. The study concludes that Mamdani's campaign provides an important example of how a candidate can win through a structured issue-based approach supported by strong organizational capacity and continuous communication. These findings offer new insights into political strategies within diverse urban environments.

**Keywords:** Issue-based campaigning, Urban politics, Resource mobilization, Message framing.

**ABSTRAK**

Kemenangan Zohran Mamdani dalam Pemilihan Wali Kota New York 2025 menunjukkan bahwa strategi kampanye berbasis isu dapat menjadi faktor penentu yang lebih kuat daripada identitas pribadi kandidat. Meskipun sering dipersepsikan sebagai tokoh dari kelompok minoritas, penelitian ini menemukan bahwa keberhasilan Mamdani lebih banyak ditentukan oleh kemampuannya menyusun strategi komunikasi yang relevan dengan kebutuhan warga, terutama mengenai perumahan terjangkau, tekanan biaya hidup, dan akses layanan publik. Analisis dilakukan melalui tiga sumber utama, yaitu data pendanaan kampanye, aktivitas digital, dan liputan media. Temuan menunjukkan bahwa Mamdani mampu memaksimalkan sumber daya non material seperti relawan, komunitas lokal, dan media digital dengan biaya rendah untuk menutupi keterbatasan dukungan finansial dari pihak luar. Pada saat yang sama, pesan kampanye disampaikan melalui rangkaian isu yang konsisten sehingga membentuk pola naratif yang mudah dikenali oleh publik. Strategi ini berhasil meningkatkan resonansi pesan dan memperluas dukungan pemilih menjelang hari pemilihan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kampanye Mamdani menjadi contoh penting mengenai bagaimana kandidat dapat memenangkan persaingan melalui pendekatan berbasis isu yang terstruktur, didukung oleh organisasi yang kuat dan komunikasi yang berkesinambungan. Temuan ini memberikan wawasan baru mengenai strategi politik di lingkungan kota yang beragam.

**Kata kunci:** Kampanye berbasis isu, Politik perkotaan, Mobilisasi sumber daya, Pembingkai pesan.

**PENDAHULUAN**

Terpilihnya Zohran Mamdani sebagai Wali Kota New York bukan sekadar kemenangan elektoral biasa, melainkan fenomena global yang memantik diskusi mendalam mengenai pergeseran strategi politik

**Penerbit:**

**LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)**

[redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id](mailto:redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id)

283

Indexed



SINTA 4



di ruang publik Barat.(Campbell, 2025a) Meskipun publik sering kali terpaku pada label identitasnya sebagai figur Muslim,(Assembly, 2025) keberhasilan Mamdani sebenarnya tidak bisa dijelaskan hanya melalui faktor identitas semata, melainkan melalui kemampuannya menjadikan gerakan politik yang melampaui batas sosial kultural masyarakat New York yang majemuk.(Bjornson, 2025) Kampanye ini menandai perubahan paradigma di mana identitas tidak lagi dijadikan alat legitimasi atau simbol resistensi saja, melainkan diintegrasikan ke dalam narasi isu hunian, keadilan sosial, dan hak ekonomi yang lebih luas.(Campbell, 2025b) Melalui perpaduan gerakan akar rumput, komunikasi digital yang intensif, serta manajemen organisasi yang inklusif, Mamdani membuktikan bahwa pesan yang relevan dan strategi yang terstruktur memiliki daya tawar yang jauh lebih menentukan daripada sekadar sentimen identitas di panggung politik multikultural.

Perdebatan mengenai faktor penentu kemenangan politik di kota-kota besar sering berpusat pada dua narasi utama, yakni identitas (etnik, agama, ras) dan strategi kampanye (isu, organisasi, komunikasi). Dalam kasus Zohran Mamdani, perhatian publik dan media kerap lebih menonjolkan identitasnya sebagai Muslim keturunan Afrika Timur yang tampil di panggung politik New York, sehingga muncul anggapan bahwa latar belakang tersebut menjadi penentu utama kemenangannya.(Bjornson, 2025) Namun, dinamika politik menunjukkan bahwa identitas bukan satu-satunya faktor. Cara kampanye membangun pesan, mengelola sumber daya, serta memperkuat jaringan akar rumput sering kali lebih menentukan dalam mengubah simpati menjadi dukungan elektoral nyata.(Kulachai et al., 2023) Karena itu, pertanyaan mendasar yang muncul adalah apakah narasi identitas cukup menjelaskan kemenangan Mamdani, atau justru strategi kampanyenya yang lebih berperan.

Menjawab pertanyaan mendasar ini penting karena implikasinya tidak hanya akademis, tetapi juga praktis. Jika kemenangan lebih tepat dipahami sebagai hasil strategi politik yang efektif, maka temuan penelitian ini dapat menjadi panduan operasional bagi calon-calon dari kelompok minoritas yang ingin bersaing secara serius di negara-negara Barat. Sebaliknya, jika faktor identitas terbukti lebih dominan, maka perhatian analitis perlu diarahkan pada bagaimana identitas bekerja dalam membentuk dukungan politik. Dengan bertumpu pada bukti kualitatif dari narasi lapangan, pemberitaan media, kronologi kampanye digital, pola perolehan dana, serta testimoni para aktor terkait, penelitian ini berupaya menjembatani dua penjelasan tersebut. Atas dasar itu, penelitian ini dirancang untuk menjawab pertanyaan inti: sejauh mana kemenangan Mamdani dapat dijelaskan oleh strategi kampanye yang meliputi pesan isu, pengorganisasian komunitas, dan mobilisasi akar rumput, serta sejauh mana identitas berperan di dalamnya dan bagaimana strategi tersebut mampu mengungguli lawan politiknya meskipun dengan sumber daya finansial yang tidak lebih besar, sehingga kemenangan itu tampak sebagai hasil kampanye yang efektif dan efisien, bukan semata-mata karena faktor identitas.

Penelitian yang membahas isu identitas, framing media, dan mobilisasi sumber daya pada dasarnya telah banyak dibahas, akan tetapi cenderung terpisah-pisah dan menyoroti dalam satu sisi saja, begitu juga penelitian mengenai strategi politik Zohran Mamdani dalam pemilihan walikota. Akhinary dkk misalnya, hanya menyoroti framing politik identitas dalam Pemilu 2024 di Indonesia.(Akhinary et al., 2023) Sementara itu, Putri menyoroti peran media framing dan mobilisasi sumber daya sebagai elemen penting dalam keberhasilan gerakan politik, dan pembahasannya cenderung masih berada dalam konteks yang umum dan belum secara spesifik digunakan untuk menganalisis strategi kampanye serta faktor-faktor yang melatarbelakangi kemenangan seorang kandidat dalam kontestasi politik tertentu.(Putri, 2024a) Dalam konteks Zohran Mamdani, Merista menyoroti pembentukan identitas kolektif dalam kampanyenya,(Merista, 2026) sementara Kholis dan Kinasih berfokus pada aspek visual branding.(Kholis & Kinasih, 2025) Di sisi lain, Nurcahya lebih menekankan peran identitas Muslim Mamdani dalam membentuk corak kepemimpinan Muslim di politik Amerika Serikat.(Nurcahya, 2025) Dari berbagai penelitian tersebut, terlihat bahwa kajian mengenai Mamdani masih banyak berpusat pada identitas, komunikasi digital, visual kampanye, dan cenderung terpisah-pisah. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan perspektif yang berbeda dengan menganalisis kemenangan Mamdani secara lebih

komprehensif melalui aktivitas digital, liputan media, dan data pendanaan kampanye, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai faktor-faktor yang melatarbelakangi keberhasilan elektoralnya.

Dalam membaca fenomena ini, penelitian menggunakan dua kerangka utama, yaitu resource mobilization theory dan message framing theory. Kerangka pertama digunakan untuk melihat bagaimana keberhasilan kampanye tidak semata ditentukan oleh besarnya modal finansial, melainkan oleh kemampuan mengorganisasi relawan, membangun jaringan dukungan, dan memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara efektif. (McCarthy, 1977) Dalam konteks Mamdani, hal ini tampak pada kuatnya kerja akar rumput yang mampu menandingi lawan dengan sumber daya lebih besar. Sementara itu, teori framing (*message framing theory*) dipakai untuk memahami bagaimana pesan kampanye disusun dan disampaikan kepada publik melalui pemilihan isu, gaya komunikasi, dan narasi yang dekat dengan kebutuhan pemilih. (Benford & Snow, 2000) Mamdani cenderung menampilkan kampanyenya sebagai perjuangan kesejahteraan bersama, bukan semata politik identitas. Kombinasi antara pengorganisasian yang rapi dan penyampaian pesan yang tepat inilah yang menjadi dasar analisis penelitian ini dalam menjelaskan kemenangan Mamdani. Penelitian ini juga bertujuan menawarkan pelajaran praktis bagi kandidat dari kelompok yang kerap terpinggirkan, yakni bahwa kemenangan politik dapat diraih tanpa modal terbesar, melalui strategi pesan yang tepat, organisasi yang solid, dan hubungan langsung dengan pemilih.

Dalam kajian ini, politik identitas ditempatkan sebagai latar penting untuk membaca bagaimana kelompok minoritas memperoleh pengakuan dan dukungan dalam demokrasi Barat, (Padmi & Ningrum, 2022) tetapi ia tidak dipahami sebagai satu-satunya penjelasan atas kemenangan politik. (Friedrich-Ebert-Stiftung, 2002; Kymlicka, 2002; Rothschild & Williams, 2025) Untuk itu, penelitian ini memakai resource mobilization theory dan framing theory sebagai lensa utama. Resource mobilization theory membantu melihat bahwa keberhasilan kampanye tidak hanya ditentukan oleh besarnya dana, melainkan oleh kemampuan mengorganisasi relawan, membangun jaringan komunitas, dan memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara efektif. (Flynn, 2023; Jenkins, 1983; Wurst et al., 2023) Sementara itu, framing message theory digunakan untuk membaca bagaimana pesan kampanye disusun, dipilih, dan diarahkan agar dekat dengan pengalaman pemilih, sehingga isu yang dibawa tidak berhenti sebagai slogan, melainkan menjadi narasi yang terasa relevan bagi publik. (Putri, 2024b; Santi, 2012; Shaw, 2023; Zerubavel, 2024)

Dalam konteks Mamdani, dua kerangka ini penting karena kampanyenya bergerak di tengah situasi New York yang sedang menghadapi persoalan biaya hidup, perumahan, dan tekanan ekonomi sehari-hari. Isu-isu seperti keterjangkauan sewa, layanan publik, dan keadilan ekonomi menjadi titik temu yang memungkinkan kampanye menjangkau pemilih lintas kelompok, bukan hanya mereka yang memiliki kedekatan identitas. Dengan demikian, kemenangan Mamdani dapat dibaca sebagai hasil pertemuan antara pengorganisasian yang rapi di tingkat akar rumput dan pbingkaihan isu yang tepat sasaran, sehingga dukungan politik terbentuk bukan semata karena identitas, tetapi juga karena cara kampanye itu menyusun pesan dan membangun gerakan.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi kasus pada kemenangan Zohran Mamdani dalam Pemilihan Wali Kota New York 2025. Pendekatan ini dipilih karena fenomena tersebut melibatkan berbagai unsur yang saling berkaitan, mulai dari identitas kandidat, mobilisasi sumber daya, hingga pbingkaihan isu kampanye. Data dikumpulkan dari sumber primer dan sekunder, seperti pemberitaan media, laporan keuangan kampanye dari New York Campaign Finance Board, serta arsip unggahan akun resmi Mamdani di X selama Juli–November 2025. Analisis dilakukan melalui content analysis dan pembacaan tematik, dengan fokus pada mobilisasi sumber daya dan framing isu yang berkaitan dengan kesejahteraan, perumahan, keadilan sosial, identitas, dan minoritas. Untuk menjaga validitas, data dibandingkan melalui triangulasi antara dokumen resmi, media massa, dan materi

**Penerbit:**

**LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)**

[redaksigovernance@gmail.com](mailto:redaksigovernance@gmail.com)/[admin@lkispol.or.id](mailto:admin@lkispol.or.id)

285

Indexed



SINTA 4



kampanye.

## PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Pemilihan Walikota New York dan konteks Perpolitikannya

Mamdani atau yang bernama lengkap Zohran Kwame Mamdani lahir di Kampala, Uganda. Kemudian pada usia tujuh tahun, ia pindah ke New York City bersama keluarganya. Ia mengenyam Pendidikan di sekolah public New York, termasuk di Bronx High School of Science, dan kemudian meraih gelar Bachelor di bidang Africana Studies dari Bowdoin College.(Assembly, 2025) Sebelum terjun kedalam dunia perpolitikan, Mamdani bekerja sebagai konselor perumahan untuk membantu pemilik rumah berpenghasilan rendah di daerah Queens-New York agar tidak kehilangan tempat tinggal mereka. Dari pekerjaan inilah ia mulai memiliki perhatian terhadap isu perumahan yang membuatnya terjun ke dunia politik.(Assembly, 2025)

Perjalanan politiknya dimulai dari berbagai aktivitas organisasi *grass-roots* dan komunitas. Pada akhir dekade 2010 an, Mamdani bergabung dengan organisasi politik yaitu *Democratic Socialists of America* (DSA) dan aktif dalam mengadvokasi isu perumahan, keadilan pidana, dan isu kepemilikan public atas utilitas kota.(Marcelo, 2025) Ia kemudian mencalonkan diri dan memenangkan kursi di Dewan Negara Bagian New York (*Assembly Member*) untuk Distrik 36 Astoria-Long Island City.(Assembly, 2025) Dalam perpolitikannya, ia membawa platform kampanye progresif yang memfokuskan pada kesejahteraan publik dan keterjangkauan perumahan, yang kemudian platform ini menjadi bagian inti dari kampanyenya menuju jabatan walikota.(Meier et al., 2025)

Zohran Mencalonkan diri dalam pemilihan Wali Kota New York di saat kota ini menghadapi tekanan yang serius soal keterjangkauan hunian murah dan tingginya biaya hidup. Oleh karena itu isu-isu seperti harga sewa hunian yang tinggi, tekanan pada layanan publik, dan semakin mahalnya harga bahan pokok menjadi focus utama dalam wacana kampanyenya.(Greene, 2025) Zohran memasuki kontestasi ini dengan platform progresifnya yang menempatkan isu-isu ekonomi sehari-hari menjadi pusat agenda politiknya, seperti pembekuan harga sewa apartemen, perluasan program perumahan terjangkau, dan program layanan publik seperti subsidi transportasi publik dan perawatan anak.(Zohran for NYC Campaign, 2025) Berbagai isu yang relevan lintas Masyarakat inilah yang menjadi titik sentral dalam upaya memobilisasi pemilih muda dan warga pekerja yang paling terdampak dalam krisis biaya hidup.(Medina et al., 2025)

Pertarungan di pemilihan umum ini juga menghadirkan beberapa kandidat berpengalaman dari dunia perpolitikan tradisional New York, meskipun begitu Mamdani tetap berhasil meraih kemenangan secara mutlak dalam pemungutan suara umum. Menurut hasil akhir pemungutan suara yang tercatat, Mamdani memperoleh 1.036.051 suara (50,4%), mengungguli mantan gubernur New York, Andrew Cuomo yang memperoleh 854.995 suara (41,6%), sementara kandidat dari partai Republik Curtis Sliwa meraih 146.135 suara (7,1%).(Times, 2025) Dalam pidato kemenangannya, Mamdani menyatakan “*The future is in our hands*”, sebuah pernyataan yang menjadi penanda dan momentum bagaimana sayap progresif dari partai Demokrat ini semakin menguat.(Zanger, 2025) Kemenangan inipun menjadi perhatian bagi banyak pengamat nasional dan internasional mengenai implikasi politik identitas, koalisi lintas kelas, dan kemampuan kandidat progresif seperti Zohran dalam memenangkan perpolitikan di kota besar.(Yang et al., 2025)

### Analisis Faktor Strategi Kampanye dan Identitas dalam Kemenangan Mamdani

Berbagai data yang telah dihimpun mengenai bagaimana Zohran Mamdani meraih kemenangan menunjukkan bahwa strategi kampanye berbasis isu memainkan peran yang jauh lebih menentukan dibandingkan menggunakan identitas pribadi kandidat.(Gabbatt, 2025) Hal ini terlihat dari berbagai kesaksian para relawan atau pemilih yang berada di lapangan.(Pilkington, 2025) Dalam wawancara yang dilakukan berbagai media menunjukkan bahwa hampir semua pemilih memilih Zohran dikarenakan isu yang dibawanya, dari mulai pembekuan biaya sewa perumahan, isu biaya hidup, hingga hak hak sebagai kelas pekerja kota New York, dan sangat sedikit yang membahas mengenai latar belakang etnis

**Penerbit:**

**LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)**

[redaksigovernance@gmail.com](mailto:redaksigovernance@gmail.com)/[admin@lkispol.or.id](mailto:admin@lkispol.or.id)

286

Indexed



SINTA 4

PKP|INDEX



kandidat.(Merode, 2025) Hal ini mengindikasikan bahwa percakapan politik di tingkat akar rumput bergerak mengikuti isu konkret yang dibawa oleh Zohran, bukan mengenai simbol identitas.(Wolf, 2025) Selain itu, strategi kampanye *door to door* yang dilakukan oleh para relawan Zohran juga memberikan kemudahan dalam membangun hubungan dan percakapan berbasis pengalaman hidup warga yang sedang menghadapi tekanan biaya sewa atau biaya hidup yang semakin mencekik.(Abraham, 2025) Suasana interaksi seperti ini menciptakan Kesan bahwa kampanye Zohran hadir untuk menyelesaikan masalah konkret, bukan sebagai representasi dari identitas tertentu.

Pola framing yang muncul dalam pemberitaan berbagai media juga memperkuat temuan tersebut. Data yang telah dihimpun dari berbagai sumber seperti The Guardian dan Ghotamis menunjukkan bahwa focus pemberitaan lebih sering diarahkan kepada isu-isu kebijakan yang Mamdani dorong, khususnya perumahan terjangkau dan akses transportasi publik.(Pilkington, 2025) Dalam beberapa liputan misalnya, sorotan utamanya ialah kebijakan tentang usulan reformasi transportasi publik, serta kritik Mamdani terhadap biaya hidup yang meningkat, bukan narasi mengenai identitasnya sebagai keturunan Uganda-India atau identitas agamanya.(E.J. Dionne, 2025) Meskipun dalam beberapa artikel ada yang menyebut mengenai identitas kandidat, tetapi porsi pembahasan utamanya tetap Kembali pada gagasan dan agenda kebijakan.(Kim & Campbell, 2025) Tren ini menandakan bahwa banyak media turut memposisikan Zohran Mamdani sebagai figure yang fokus pada isu, bukan sebagai simbol identitas politik minoritas.

Hasil analisis mengenai kronologi kampanye digital yang telah dirangkum juga menunjukkan konsistensi yang kuat dalam penyampaian dan pembedaan isu. Dalam rentang waktu beberapa bulan menjelang pemilihan, unggahan kampanye Mamdani di berbagai platform seperti website resmi kampanyenya,(Zohran for NYC, 2025) pemberitaan berbagai media, hingga media sosial X pribadinya,(Mamdani, 2025c) semuanya didominasi oleh pesan mengenai isu-isu yang ia bawa seperti krisis perumahan dan biaya sewa,(Team, 2025) himpitan ekonomi kelas pekerja,(Hetland, 2025) dan isu kebijakan publik yang lebih mendukung rakyat lintas kelas.(Dunbar, 2025) Nyaris tidak ditemukan konten yang menonjolkan identitas agama maupun latar belakang etnisitas Zohran. Hal ini dapat memperjelas bagaimana strategi Mamdani dalam membingkai isu yang ia bawa dirancang untuk menyebarkan pesan permasalahan sosial yang masyarakat New York hadapi. Narasi-narasi yang dibangun memperjelas arah kampanye digital yang mengarahkan pada kesamaan pengalaman sosial, bukan sebagai simbol keterwakilan identitas.

Meskipun begitu, peran identitas dalam kampanyenya tidak sepenuhnya absen. Karena beberapa media juga menunjukkan bahwa peran identitas sosok Mamdani juga turut memberikan pengaruh bagi beberapa pemilih.(Khanna, 2025) Seperti yang dipaparkan oleh beberapa media, beberapa komunitas seperti etnis Asia Selatan atau para Muslim memberikan respon bahwa identitas Mamdani membuat mereka merasa dekat.(Dutt, 2025) Selain itu, beberapa pemberitaan dari media sosial X menunjukkan bahwa Mamdani juga mendatangi komunitas keagamaan,(Breaking911, 2025) seperti para imam masjid(Mamdani, 2025a) hingga komunitas hindu(hoorsheikh\_fiza, 2025) di New York dalam menggalang suara. Tetapi jika kita melihat secara keseluruhan media sosial X Zohran, bentuk kampanye yang menyasar pada komunitas tertentu hanyalah salah satu bentuk kampanyenya, karena hampir seluruh porsi media sosialnya dipenuhi bagaimana Zohran menyebarkan isu-isu sosialnya yang sedari awal menjadi basis kampanyenya.(Mamdani, 2025b) Peran identitas dalam kampanye Zohran bisa dimakanai sebagai pintu masuk emosional bagi para pemilihnya, seperti perasaan dekat karena sesama etnis, agama, hingga perasaan yang sama sebagai kelas pekerja. Namun Keputusan politik para pemilihnya tetap menekankan pada kualitas strategi kampanye Zohran dan relevansi isu yang ia bawa.

Temuan ini dapat dibaca melalui kacamata teori framing message dan resource mobilization. Kampanye Mamdani tampak berhasil menciptakan resonansi karena isu yang diangkat, terutama perumahan, sangat dekat dengan pengalaman sehari-hari warga. Di saat yang sama, kampanye ini mampu menggerakkan sumber daya non material seperti jaringan relawan dan solidaritas komunitas, sehingga tidak bertumpu pada penonjolan identitas semata. Jika data dari wawancara, pemberitaan media, dan pola

komunikasi digital disatukan, terlihat pola yang cukup konsisten bahwa kemenangan Mamdani lebih ditopang oleh kemampuannya mengangkat isu konkret dan mengorganisasi dukungan publik daripada menjadikan identitas sebagai alat politik utama.

Secara keseluruhan, strategi kampanye Zohran terlihat konsisten pada isu yang sama dari awal hingga akhir, hubungan yang ia bangun dengan pemilih, serta peran ribuan relawan yang bekerja dengan intensitas tinggi. Namun, untuk memahami bagaimana pendekatan ini dapat bersaing bahkan melampaui kandidat lain yang memiliki pendanaan jauh lebih besar, analisis perlu bergerak ke ranah berikutnya, yakni arus pendanaan, cara pengelolaan sumber daya, dan tingkat efisiensi penggunaan dana. Dengan demikian, bila bagian sebelumnya menegaskan bahwa gagasan Mamdani lebih menentukan daripada identitasnya, bagian selanjutnya akan menunjukkan bagaimana gagasan itu dijalankan dalam operasi kampanye yang tetap mampu bersaing di tengah ketimpangan finansial.

## Efektivitas Kampanye dalam Mengalahkan Rival Berkekuatan Finansial Lebih Besar

**Tabel 1: Total Dana yang Diterima (*Total Receipts*) Berdasarkan Data NYCCFB**

Kandidat	Total Dana Diterima
Zohran Mamdani	\$17,159,487
Andrew Cuomo	\$14,005,518
Curtis Sliwa	\$6,871,517

**Tabel 2: Total Pengeluaran (*Total Disbursements*) Berdasarkan Data NYCCFB**

Kandidat	Total Dana Diterima
Zohran Mamdani	\$12,794,272
Andrew Cuomo	\$12,086,226
Curtis Sliwa	\$5,088,561

**Tabel 3: *Independent Expenditures* (IE) Kampanye 2025 Berdasarkan Data NYCCFB**

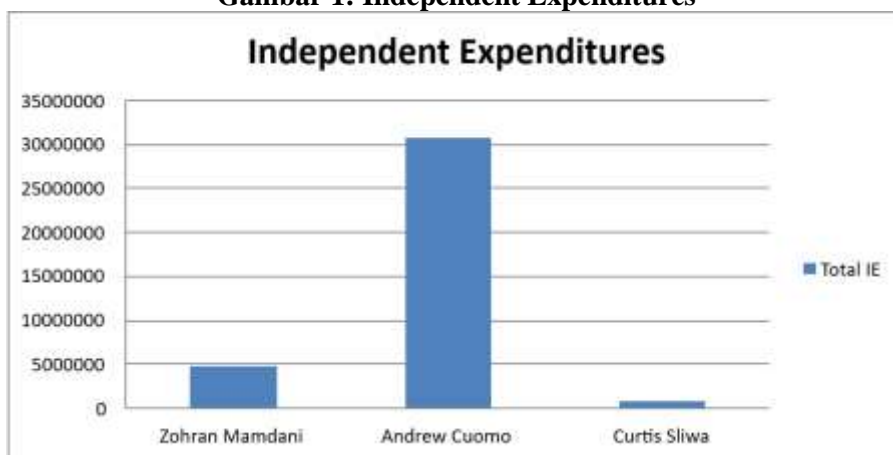
Kandidat	Total Dana Diterima
Zohran Mamdani	\$4,792,562
Andrew Cuomo	\$30,799,028
Curtis Sliwa	\$789,333

Dalam menganalisis bagaimana pengelolaan sumber daya finansial dalam kampanye serta bagaimana efektivitas strategi mobilisasi Zohran, penulis menggunakan beberapa data yang telah dihimpun salah satunya data dari *New York Campaign Finance Board* (NYCCFB) per-tanggal 26 November 2025, kemudian beberapa dihimpun dari berbagai media yang memberitakan bagaimana masing-masing kandidat mengolah sumber pendanaan dalam operasional kampanyenya. Merujuk pada ringkasan dana kampanye yang telah dihimpun dari NYCCFB, (Board, 2025a) Mamdani menerima total dana sebesar \$17,159,487, sedikit lebih tinggi daripada Andrew Cuomo yang memperoleh dana \$14,005,518, dan jauh di atas Curtis Sliwa dengan \$6,871,517. Namun angka penerimaan total disini tidak dapat mencerminkan kemenangan sumber daya finansial, karena data penerimaan dana disini hanya dari masing-masing kandidat, dan kontribusi kecil yang tersebar diantara para relawan, bukan donatur besar. Sedangkan dana donatur besar dari luar kampanye tercatat secara berbeda dan ditandai sebagai IE (*Independent Expenditur*). Hal yang lebih relevan dalam penentuan kemenangan finansial adalah bagaimana dana ini digunakan oleh tiap-tiap kandidat.

Perbedaan paling signifikan antara Mamdani dan rivalnya terlihat pada *Independent Expenditures*

(IE) yaitu pengeluaran dari kelompok luar kampanye. Andrew Cuomo menerima dukungan luar biasa besar yang berasal dari *Super PAC* seperti *Fix the City*, dengan total IE keseluruhan mencapai \$30,799,028, dengan hampir semua alokasinya untuk melawan Mamdani, dan Sebagian kecil melawan Sliwa. Sementara itu Mamdani hanya menerima dukungan luar (IE) seperti *WFP National PAC* dan lain-lain dengan total sekitar \$4,792,562. (Board, 2025b) Dengan kata lain, Andrew Cuomo menikmati dukungan IE hampir 38 kali lebih besar dibandingkan Mamdani. (Rasyadiputra, 2025) Ketimpangan ekstrem ini menunjukkan bahwa Mamdani sebenarnya bertarung dari posisi yang lebih lemah secara finansial jika melihat dukungan eksternal. Akan tetapi, karena kampanyenya bertumpu pada mobilisasi komunitas dan strategi isu, bukan pada iklan besar seperti yang dilakukan oleh Andrew Cuomo, (Frank, 2025) dampak ketimpangan ini menjadi minimal dalam perilaku pemilih. Temuan ini memperkuat argumen teori mobilisasi sumber daya bahwa kampanye berbasis isu dan jaringan relawan mampu mengimbangi dominasi dana besar ketika organisasi kampanye mampu mengalokasikan sumber daya kecil secara strategis.

**Gambar 1: Independent Expenditures**



Efisiensi kampanye Mamdani semakin terlihat ketika data polling dibandingkan dengan hasil akhir pemilihan. Dalam rata-rata polling pra-pemilihan, Mamdani berada di angka 46,1%, (Jonathan Draeger, 2025) tetapi hasil akhir menunjukkan kemenangan 50,4%, (Garcia, 2025) atau peningkatan sekitar 4,3 poin. Peningkatan ini tidak umum terjadi tanpa adanya mobilisasi lapangan intensif menjelang pemilihan. Sementara itu, Cuomo yang didukung dana eksternal sangat besar juga mengalami kenaikan polling, tetapi tidak mampu menyaingi pertumbuhan presentase dukungan Mamdani. Pola ini menunjukkan bahwa strategi isu, *canvassing door to door* relawan, dan komunikasi digital mampu menjangkau pemilih secara lebih efektif daripada iklan besar. Hal ini juga sesuai dengan testimoni relawan yang menyebut bahwa banyak pemilih baru menyatakan dukungan setelah melihat konten digital Mamdani memenuhi dunia maya, kemudian menerima ajakan tatap muka dari relawan *door to door*.

Temuan ini sejalan dengan teori resource mobilization, yang menekankan bahwa efektivitas kampanye lebih ditentukan oleh kemampuan organisasi dalam menggerakkan dan menyalurkan sumber daya secara tepat sasaran daripada sekadar besarnya dana yang tersedia. Dalam kasus Mamdani, kampanye memanfaatkan biaya rendah media digital untuk memperluas jangkauan isu, lalu mengandalkan jaringan relawan untuk mengubah dukungan publik menjadi kerja nyata di lapangan. Dengan pengelolaan yang terarah, sumber daya yang terbatas dapat menghasilkan dampak yang besar, sehingga kemenangan Mamdani lebih tampak sebagai hasil manajemen kampanye dan kerja operasional yang efisien daripada keunggulan finansial. Meski demikian, penjelasan tentang pendanaan saja belum cukup untuk menjelaskan mengapa kampanyenya begitu meyakinkan bagi pemilih; karena itu, pembahasan perlu bergeser ke inti pesan yang dibawanya, yakni bagaimana isu dibingkai, bagaimana komunikasi dijaga konsisten di ruang digital, dan bagaimana identitas tidak dijadikan sandaran utama. Dari sini terlihat bahwa daya tarik politik Mamdani justru lahir dari penekanan pada isu kesejahteraan dan kemampuan membangun keterhubungan

sosial yang kuat.

## Evaluasi Peran Strategi Kampanye dan Minimnya Penggunaan Identitas

Pembahasan sebelumnya menunjukkan bahwa efisiensi dana dan kekuatan mobilisasi hanya menjelaskan sebagian dari keberhasilan kampanye Mamdani. Pada tingkat isi, kampanyenya konsisten menempatkan isu-isu konkret sebagai pusat pesan, terutama perumahan terjangkau, transportasi publik, dan tekanan biaya hidup yang dirasakan warga kelas pekerja. Pola ini membentuk framing yang jelas dan mudah dikenali, karena sejak awal hingga akhir kampanye Mamdani terus membawa persoalan yang sama dengan bahasa yang dekat dengan pengalaman sehari-hari pemilih. Dalam kerangka framing message, pola ini bergerak melalui tiga tahap: diagnostic framing ketika ia menegaskan bahwa masalah utama warga adalah mahal biaya hidup dan sewa; prognostic framing ketika ia menawarkan solusi kebijakan yang konkret; dan motivational framing ketika narasi yang dibangun mendorong publik untuk ikut bergerak, baik sebagai relawan maupun sebagai pemilih. (Snow & Benford, 1988) Rangkaian ini membuat pesan kampanye tidak berhenti sebagai slogan, tetapi berubah menjadi ajakan politik yang terasa masuk akal dan relevan.

Keberhasilan framing tersebut juga ditopang oleh cara kerja kampanye yang menyambungkan ruang digital dan kerja lapangan. Isu-isu utama lebih dulu disebarluaskan melalui media sosial dan konten digital, lalu diteruskan ke aktivitas komunitas seperti canvassing door to door dan pertemuan warga, sehingga resonansi pesan tidak berhenti di layar, tetapi berlanjut menjadi dukungan nyata. Dengan cara ini, kampanye Mamdani mampu mengubah isu kesejahteraan menjadi gerakan politik yang terorganisasi, sementara identitas tetap hadir hanya sebagai unsur pendukung, bukan penentu utama. Karena itu, kemenangan Mamdani lebih tepat dibaca sebagai hasil dari pembingkaiannya isu yang konsisten, penyampaian pesan yang efektif, dan koneksi yang kuat antara komunikasi digital serta mobilisasi lapangan.

## KESIMPULAN

Kemenangan Zohran Mamdani sebagai Wali Kota New York menunjukkan bahwa keberhasilan dalam dunia politik tidak semata-mata ditentukan oleh faktor identitas atau keunggulan finansial. Meskipun identitas pribadi Mamdani sebagai seorang Muslim keturunan Uganda memberikan daya tarik emosional bagi sebagian pemilih, fokus utama dalam kemenangan ini lebih terletak pada strategi kampanye berbasis isu. Kampanye yang mengusung topik-topik konkret seperti perumahan yang terjangkau, keadilan sosial, dan biaya hidup yang semakin tinggi berhasil merangkul berbagai lapisan masyarakat, termasuk mereka yang sebelumnya tidak terlibat dalam politik. Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks kota besar yang multikultural, isu-isu yang relevan dan dapat dirasakan langsung oleh masyarakat memiliki daya tarik yang lebih besar daripada sekadar representasi identitas politik minoritas.

Selain itu, strategi mobilisasi sumber daya yang efektif memainkan peran krusial dalam kemenangan Mamdani. Meskipun dana kampanye yang dimiliki Mamdani tidak sebesar pesaingnya, tim kampanye Mamdani mampu memanfaatkan sumber daya non-material seperti jaringan relawan, solidaritas komunitas, dan komunikasi digital secara maksimal. Ini menunjukkan bahwa keberhasilan kampanye politik tidak hanya bergantung pada besarnya dana, tetapi juga pada kemampuan untuk mengorganisasi dukungan, mengelola sumber daya secara efisien, dan membangun hubungan langsung dengan pemilih. Kampanye Mamdani juga menegaskan pentingnya framing pesan yang konsisten, di mana isu-isu sosial yang relevan diposisikan sebagai perjuangan bersama, bukan sekadar simbol identitas.

## REFERENSI

Abraham, R. (2025). 'People Understand Rent Is Political': What Zohran Mamdani's Win Means for NYC's Tenant Movement. *NextCity*. <https://nextcity.org/urbanist-news/rent-political-zohran-mamdani-win-mayor-tenants-rent-freeze-nyc>

- Akihary, S., Marta, R. F., & Panggabean, H. (2023). Media Framing of Identity Politics through Prejudice and Stereotype Towards the 2024 Election. *Kajian Jurnalisme*, 7(1).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.24198/jkj.v7i1.46191>
- Assembly, N. Y. S. (2025). *Assembly Member Zohran K. Mamdani*. New York State Assembly.  
<https://nyassembly.gov/mem/Zohran-K-Mamdani>
- Benford, R. D., & Snow, D. A. (2000). Framing Processes and Social Movements: An Overview and Assessment. *Annual Review of Sociology*, 26, 611–639. <http://www.jstor.org/stable/223459>
- Bjornson, G. (2025). *Zohran Mamdani, 34, Defeats Andrew Cuomo to Become N.Y.C.'s First Muslim Mayor in Historic Election*. PEOPLE Magazine. <https://people.com/zohran-mamdani-defeats-andrew-cuomo-nyc-mayor-election-11837136>
- Board, N. Y. C. C. F. (2025a). *NYC Campaign Finance Board — Independent Expenditures (Election Cycle 2025)*.  
[https://www.nycffb.info/vsapps/WebForm\\_Finance\\_Independent.aspx?as\\_election\\_cycle=2025](https://www.nycffb.info/vsapps/WebForm_Finance_Independent.aspx?as_election_cycle=2025)
- Board, N. Y. C. C. F. (2025b). *NYC Campaign Finance Board — Summary Financials (Election Cycle 2025)*.  
[https://www.nycffb.info/vsapps/WebForm\\_Finance\\_Summary.aspx?as\\_election\\_cycle=2025](https://www.nycffb.info/vsapps/WebForm_Finance_Summary.aspx?as_election_cycle=2025)
- Breaking911. (2025). *Tweet by user Breaking911, status 1987293853032784092*.  
<https://x.com/Breaking911/status/1987293853032784092?s=20>
- Campbell, L. (2025a). *Who is Zohran Mamdani, New York's Democratic Socialist New Mayor?*  
<https://www.theguardian.com/us-news/2025/nov/04/zohran-mamdani-profile>
- Campbell, L. (2025b). *Zohran Mamdani elected mayor of New York on winning night for Democrats*. The Guardian. <https://www.theguardian.com/us-news/2025/nov/04/zohran-mamdani-mayor-new-york-city?>
- Dunbar, M. (2025). 'Our work has only just begun': Mamdani, Sanders and AOC rally the faithful ahead of NYC mayoral election. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/us-news/2025/oct/27/our-work-has-only-just-begun-mamdani-sanders-and-aoc-rally-the-faithful-ahead-of-nyc-mayoral-election>
- Dutt, Y. (2025). How Zohran Mamdani Made History. *NewLinesMag*.  
<https://newlinesmag.com/argument/how-zohran-mamdani-made-history/>
- E.J. Dionne, J. (2025). Why Zohran Mamdani's victory matters — how it happened, what it means. In *Brookings Institution*. <https://www.brookings.edu/articles/why-zohran-mamdani-victory-matters-how-it-happened-what-it-means>
- Flynn, S. I. (2023). Social Movement Theory: Resource Mobilization Theory. *EBSCO Research Starters – Social Sciences & Humanities*. <https://www.ebsco.com/research-starters/social-sciences-and-humanities/social-movement-theory-resource-mobilization>
- Frank, R. (2025). *Mamdani, Cuomo spar over NYC mayor bid amid billionaire-backed spending*.  
<https://www.cnbc.com/2025/10/30/mamdani-cuomo-nyc-mayor-bid-billionaire-spending.html?msockid=1d450d09e87e6d9f1d691e67e93b6c41>
- Friedrich-Ebert-Stiftung. (2002). Politics of Identity in Western Europe. *Friedrich-Ebert-Stiftung Library*. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/belgrad/15854.pdf?>
- Gabbatt, A. (2025). Zohran Mamdani faces a daunting task: making New York affordable. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/us-news/2025/nov/04/zohran-mamdani-campaign-promises-analysis>
- Garcia, D. (2025). *NYC mayoral race November general election results — NY1*.  
<https://ny1.com/nyc/all-boroughs/news/2025/11/05/nyc-mayoral-race-november-general-election>
- Greene, C. (2025). Here's What Mamdani Has Promised to Do as Mayor. Can He Get It Done? *TIME*.  
<https://time.com/7331036/mamdani-nyc-mayor-election-campaign-promises/>
- Hetland, G. (2025, April). *Zohran Mamdani Tackles Climate Change and New York City's Cost-of-*

- Living Crisis*. The Nation. <https://www.thenation.com/article/environment/zohran-mamdani-green-schools-plan-climate/>
- hoorsheikh\_fiza. (2025). *Tweet by user hoorsheikh\_fiza, status 1986255728966086807* . [https://x.com/hoorsheikh\\_fiza/status/1986255728966086807?s=20](https://x.com/hoorsheikh_fiza/status/1986255728966086807?s=20)
- Jenkins, J. C. (1983). Resource Mobilization Theory and the Study of Social Movements. *Annual Review of Sociology*, 9(1), 527–553. <https://doi.org/10.1146/annurev.so.09.080183.002523>
- Jonathan Draeger. (2025). *New York Mayoral Race: Is Mamdani's to Lose? — RealClearPolling Analysis*. <https://www.realclearpolling.com/stories/analysis/new-york-mayoral-race-is-mamdani-to-lose>
- Khanna, K. (2025). The voters Mamdani added to the Democratic coalition in New York. *CBS News*. <https://www.cbsnews.com/news/cbs-news-analysis-the-voters-mamdani-added-to-the-democratic-coalition-in-new-york>
- Kholis, A. N., & Kinasih, A. N. (2025). Visual Discourse Analysis of Zohran Mamdani's Campaign in New York: Urban Aesthetics and Shifts in Political Representation. *TAMA: Journal of Visual Arts*, 3(2 SE-Articles), 29–37. <https://doi.org/10.61405/9a4wnt57>
- Kim, E., & Campbell, J. (2025). Zohran Mamdani is elected NYC mayor, defeating Andrew Cuomo in historic win. In *Gothamist*. <https://gothamist.com/news/nyc-mayor-results-2025-election>
- Kulachai, W., Lerdtomornsakul, U., & Homyamyen, P. (2023). Factors Influencing Voting Decision: A Comprehensive Literature Review. *Social Sciences*, 12(9). <https://doi.org/10.3390/socsci12090469>
- Kymlicka, W. (2002). Multicultural Citizenship: A Liberal Theory of Minority Rights. *JEMIE: Journal on Ethnopolitics and Minority Issues in Europe*, 4. [https://www.ecmi.de/fileadmin/downloads/publications/JEMIE/2002/nr4/Focus4-2002\\_Kymlicka.pdf](https://www.ecmi.de/fileadmin/downloads/publications/JEMIE/2002/nr4/Focus4-2002_Kymlicka.pdf)
- Mamdani, Z. K. (2025a). *Tweet by user ZohranKMamdani, status 1962282931713454143*. <https://x.com/ZohranKMamdani/status/1962282931713454143?s=20>
- Mamdani, Z. K. (2025b). *Zohran Mamdani (@ZohranKMamdani) — profil X/Twitter*. <https://x.com/ZohranKMamdani?s=20>
- Mamdani, Z. K. (2025c). *Zohran Mamdani X post, status 1923147907512881282*. <https://x.com/ZohranKMamdani/status/1923147907512881282>
- Marcelo, P. (2025). Who is Zohran Mamdani? State lawmaker seeks to become New York City's first Muslim and Indian American mayor. *PBS Org*. <https://www.pbs.org/newshour/politics/who-is-zohran-mamdani-state-lawmaker-seeks-to-become-new-york-citys-first-muslim-and-indian-american-mayor?>
- McCarthy, J. D. (1977). Resource Mobilization and Social Movements: A Partial Theory. *American Journal of Sociology*, 82(6), 1212–1241. <https://doi.org/10.1086/226464>
- Medina, A., Suzuki, S., & Belle Booth, R. (2025). *Young Voters Power Mamdani Victory, Shape Key 2025 Elections*. Circle. <https://circle.tufts.edu/latest-research/young-voters-power-mamdani-victory-shape-key-2025-elections?>
- Meier, A., Shioyenne, A., & Thrasher, T. (2025). Who is Zohran Mamdani? Meet the next mayor of New York City. *Fox 5 New York*. <https://www.fox5ny.com/election/who-is-zohran-mamdani-meet-next-mayor-new-york-city?>
- Merista, S. (2026). Building Collective Identity: A Study of the Narrative of Housing Justice in Zohran Mamdani's Digital Campaign. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, 6(1 SE-Articles), 14. <https://doi.org/10.53697/iso.v6i1.3472>
- Merode, P. (2025). Zohran Mamdani Wants to Freeze Rents. Here's Why It's Controversial. *Business Insider*. <https://www.businessinsider.com/zohran-mamdani-wants-to-freeze-rents-heres-why-its-controversial-2025-7>
- Nurchahya, Y. (2025). Muslim Leadership in the United States: A Case Study of Zohran Mamdani as the

- First Muslim Mayor of New York. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(6 SE-Articles), 4493–4502. <https://doi.org/10.63822/tb616b94>
- Padmi, M. F., & Ningrum, M. A. (2022). Politik Identitas dan Gerakan {Black Lives Matter} dalam Kampanye Politik Joe Biden – Kamala Harris pada Pemilu Amerika Serikat Tahun 2020. *Global Insight Journal*, 7(1). <https://doi.org/10.52447/gij.v7i1.5661>
- Pilkington, E. (2025). How Mamdani built an ‘unstoppable force’ that won over New York Democrats. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/us-news/2025/nov/06/zohran-mamdani-campaign-new-york-democrats>
- Putri, F. A. (2024a). Political Opportunity, Media Framing and Resource Mobilization: A Study on Social Protest Against Indonesia Regional Election Law Revisions. *Kuasa*, 1(2 SE-Articles), pages 64–71. <https://doi.org/10.22437/kuasa.v1i2.11>
- Putri, F. A. (2024b). Political Opportunity, Media Framing and Resource Mobilization in Social Movements. *KUASA: Jurnal Ilmu Politik*, 1(2), 64–71. <https://doi.org/10.22437/kuasa.v1i2.11>
- Rasyadiputra, D. (2025). 26 US billionaires fail to stop Zohran Mamdani despite spending US\$22 million. <https://en.tempo.co/read/2064675/26-us-billionaires-fail-to-stop-zohran-mamdani-despite-spending-us22-million>
- Rothschild, D., & Williams, M. (2025). Do Minorities Feel Welcome in Politics? A Cross-Cultural Study of the United States and Sweden. *British Journal of Political Science*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1017/S0007123424000073>
- Santi, S. (2012). Frame Analysis : Konstruksi Fakta Dalam Bingkai Berita. *Forum Ilmiah*, 9(3), 219–232. <https://ejournal.esaunggul.ac.id/index.php/Formil/article/view/807/740>
- Shaw, E. (2023). Frame Analysis. In *Encyclopedia Britannica* (31 May). Harper & Row. <https://www.britannica.com/topic/frame-analysis>.
- Snow, D. A., & Benford, R. D. (1988). Ideology, Frame Resonance, and Participant Mobilization. *International Social Movement Research*, 1, 197–217. <https://scholar.google.com/scholar?q=Ideology, Frame Resonance, and Participant Mobilization>
- Team, T. G. (2025). The full transcript of Zohran Mamdani’s victory speech after being elected NYC mayor. In *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/us-news/2025/nov/05/zohran-mamdani-victory-speech-transcript>
- Times, T. N. Y. (2025). *Interactive: Results – New York City Mayor 2025*. The New York Times. <https://www.nytimes.com/interactive/2025/11/04/us/elections/results-new-york-city-mayor.html>
- Wolf, R. (2025). Affordability Wars. *Washington Monthly*. <https://washingtonmonthly.com/2025/11/21/affordability-wars-trump-mamdani-vance/>
- Wurst, A.-K., Pohl, K., & Haßler, J. (2023). Mobilization in the Context of Campaign Functions and Citizen Participation. *Media and Communication*, 11(3), 129–140.
- Yang, M., Craft, W., & Witherspoon, A. (2025). *Live – NYC mayor election, Zohran Mamdani and Andrew Cuomo: results & latest*. The Guardian. <https://www.theguardian.com/us-news/live/2025/nov/04/nyc-mayor-election-zohran-mamdani-andrew-cuomo-results-latest?filterKeyEvents=false&page=with%3Ablock-690b303f8f089a1496315bb3#block-690b303f8f089a1496315bb3>
- Zanger, J. (2025). *Watch Zohran Mamdani’s victory speech after being elected NYC mayor*. CBS News. <https://www.cbsnews.com/newyork/news/watch-mamdani-victory-speech-2025-nyc-mayor/>
- Zerubavel, E. (2024). Frame Analysis: Erving Goffman and the Sociocognitive Organization of Experience. *Symbolic Interaction*, 47(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/symb.1201>
- Zohran for NYC. (2025). *Zohran for New York City*. Zohran for New York City. <https://www.zohranfornyc.com/>
- Zohran for NYC Campaign. (2025). *Platform Campaign*. <https://www.zohranfornyc.com/platform>