

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 *Political Branding* dalam Kampanye Politik Prabowo-Gibran

Tim Pasangan Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka pada Pemilihan Presiden 2024 menyadari pentingnya *political branding* sebagai komponen penting dalam strategi kampanye mereka. Strategi untuk menciptakan citra politik yang baik ini dirancang untuk menghubungkan berbagai segmen pemilih, terutama kelompok muda. Elemen penting dari *political branding* mereka adalah penerapan "gemoy" (sebuah frasa yang berarti manis dan menawan) untuk menarik dan melibatkan pemilih dari generasi Z dan demografi milenial. Strategi ini terlihat dari pemanfaatan ekstensif mereka terhadap situs media sosial seperti Instagram, di mana mereka menampilkan kepribadian yang lebih humanis dan mudah diakses. Prabowo, yang umumnya dipandang sebagai tokoh militer yang tegas, telah mengubah citranya menjadi lebih mudah didekati dan menawan, sebagian besar dengan berbagi konten yang lucu dan menyenangkan (Sukandar et al. 2024 p. 49).

Dengan perkembangan teknologi, kampanye politik telah memasukkan metode digital yang canggih, seperti memanfaatkan kecerdasan buatan, untuk meningkatkan visibilitas dan interaksi online serta menggunakan dengan efektif dari sosial media dalam hal ini adalah instagram. Metode berteknologi maju ini berupaya meningkatkan kesadaran dan keterlibatan pemilih, khususnya menargetkan demografi muda yang memegang mayoritas pemilih. Selain itu, masuknya Gibran Rakabuming Raka, keturunan Presiden Joko Widodo saat ini, memberikan kontribusi dimensi tambahan pada pendekatan *political branding* mereka. Kehadiran Gibran dianggap sebagai sarana untuk terhubung dengan generasi muda dan memanfaatkan hubungan baik dengan pemerintahan ayahnya. Kerja sama strategis ini tidak hanya meningkatkan daya tarik mereka di mata pengikut Jokowi, tetapi juga membawa citra baru dan dinamis dalam kampanye (Antara News, 2024).

Political branding dari kampanye Prabowo-Gibran menggabungkan strategi digital kontemporer, presentasi yang relevan dan karismatik, serta aliansi strategis untuk menarik banyak pemilih dan menciptakan partisipasi yang tangguh pada pemilihan umum 2024 yang telah berlalu. Media sosial berfungsi sebagai platform yang memfasilitasi akses masyarakat terhadap informasi komprehensif tentang calon pemimpin negara. Hal ini memungkinkan masyarakat, termasuk generasi muda, mendapatkan informasi yang baik tentang lanskap politik. Melalui media sosial, kami

bertujuan untuk menunjukkan ketulusan dan keaslian. Aspek humanistik yang dimiliki oleh Prabowo dan Gibran terlihat jelas dalam program kerja dan upaya advokasi mereka, khususnya dalam fokus mereka pada peningkatan gizi dan pendidikan bagi masyarakat kurang mampu. Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan oleh Angga Raka sebagai nara sumber pertama peneliti, yaitu:

Kehadiran sosial media sebagai platform yang digunakan untuk mengenalkan dan memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi seluas-luas mengenai calon pemimpin negara yang akan memimpin bangsa ini dimana masyarakat juga generasi muda ini sudah melek akan dunia politik, melalui kehadiran sosial media ini ingin menunjukkan adanya ketulusan, orisinal dan sisi humanis pada diri Prabowo dan Gibran yang tergambar dalam program kerja dan program erjuangan yang diusungkannya ter-khusus pada peningkatan gizi dan pendidikan pada masyarakat yang membutuhkan. *(wawancara dengan Angga Raka, sebagai Direktur Media Prabowo Subianto dan juga saat ini menjabat sebagai Ketua Badan Komunikasi Prabowo di Partai Gerindra, pada tanggal 6 April 2024).*

Penggabungan media sosial ke dalam kampanye politik memberikan prospek baru bagi presiden dan wakil presiden terpilih untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan masyarakat dan mencapai tujuan mereka, melampaui batasan jarak dan waktu. Media sosial memfasilitasi hubungan antara kandidat dan masyarakat dengan menawarkan platform diskusi yang menarik dan relevan yang selaras dengan minat mereka. Angga Raka menuturkan sebagai berikut:

Sebagai sarana penyebaran informasi yang berkembang cepat, media sosial juga digunakan untuk diskusi politik yang dilakukan *real-time* saat masa kampanye. Sebagai contoh, akun Prabowo-Gibran mampu mencapai *engagement* hingga 22 juta dengan melakukan Interaksi aktif melalui fitur Instagram Story dan menyiapkan publikasi yang kreatif dan Selaras dengan tren. dengan penggunaan Whatsapp

Channel yang menjadi terobosan baru dalam kampanye politik, pasangan Prabowo Gibran mampu meraih followers. Hingga 460 ribu dan membina sebuah kelompok pendukung yang kuat, terlihat dari Jumlah pemilih sah Prabowo Gibran yang mencapai 96 juta. Prabowo Gibran juga memanfaatkan algoritma Tiktok dan Instagram yang memang dipersonalisasi sesuai minat pengguna, sehingga konten politik. Dengan muncul secara terus menerus berdampak pada meningkatnya partisipasi langsung masyarakat. (*wawancara dengan Angga Raka, sebagai Direktur Media Prabowo Subianto dan juga saat ini menjabat sebagai Ketua Badan Komunikasi Prabowo di Partai Gerindra, pada tanggal 6 April 2024*).

Dari pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa media sosial, sebuah platform yang berkembang pesat untuk berbagi informasi, juga digunakan untuk wacana politik langsung selama kampanye pemilu. Misalnya, akun Prabowo-Gibran yang berhasil mengumpulkan duapuluh dua juta *engagement* dengan aktif berkomunikasi melalui fitur Instagram Story dan membuat artikel-artikel inovatif dan trendi. Melalui pemanfaatan saluran WhatsApp, sebuah kemajuan baru dalam kampanye politik, rekanan Prabowo Gibran berhasil memperoleh pengikut.

Sejalan dengan pendapat Angga Raka, Hasbi Nasbi selaku juru bicara dari Prabowo (khusus dalam bidang politik) dan juga merupakan pendiri Cyrus Network menyatakan:

Dengan seiringnya kemajuan teknologi penggunaan media sosial dalam masa kampanye pemilu 2024 ini menjadi sangat besar dimana penyebaran konten melalui media sosial ini sekarang jauh lebih masif, mudah diakses oleh semua orang, dan semua orang juga bisa memproduksi pesan di sana juga membagikan informasi secara cepat komunikatif dan interaktif disana. hal-hal yang menarik itu viralnya jauh lebih mudah lewat sosial media. Bahkan misalnya informasi-informasi yang dari media konvensional pun menyebarnya sekarang lewat sosial media. Misalnya TikTok, Youtube, Facebook, Instagram, Twitter, media konvensional hanya sebagai pemantik isu saja tetapi kalau untuk menyebarkan, lebih banyak di sosial media, media

konvensional digunakan sebagai *source of information*. (wawancara dengan Hasan Nasbi, sebagai juru bicara dari Prabowo dalam bidang politik dan merupakan pendiri *Cyrus Network*, pada tanggal 10 Mei 2024).

Menurut Hasan Nasbi, ruang lingkup penyampaian pesan tidak terbatas pada platform media tradisional seperti televisi. Namun, penting untuk dicatat bahwa mengekspresikan informasi secara efektif melalui televisi dapat menjadi sebuah tantangan. Untuk melanjutkan, kami memerlukan dukungan dan undangan televisi. Selain itu, Hasan Nasbi menuturkan bahwa untuk memenangkan pemilu ini, tim sukses prabowo-gibran menghasilkan program atau konten yang substansial dan autentik yang menunjukkan keseriusan dan realisme. Meskipun demikian, bentuk media tradisional, seperti televisi dan iklan luar ruang seperti papan reklame, terus digunakan dalam kampanye politik. Beragam bentuk informasi, seperti klip berita, klip video, dan klip gambar dari media tradisional, disebarluaskan ke rumah tangga, calon pemilih, dan bahkan langsung ke perangkat seluler pemilih. Hal ini terutama dicapai melalui platform media sosial, yang saat ini merupakan sarana komunikasi yang paling mudah diakses dan tersedia. Pentingnya media sosial sangatlah penting karena tidak hanya berfungsi sebagai platform perdagangan, hiburan, dan informasi, namun juga sebagai media kampanye politik.

Pak Prabowo itu ingin menunjukkan sisi humanismenya. Jadi, konten-konten resmi dari akun Pak Prabowo Gibran itu lebih menunjukkan sisi patriotic dan humanismenya Pak Prabowo. Misalnya, bagaimana Pak

Prabowo dan Gibran berinteraksi dengan para taruna-taruna muda, bagaimana Pak Prabowo terharu ketika misalnya dia naik pesawat tempur hasil perjanjian dengan negara asing demi menjaga pertahanan dan ketahanan Indonesia yang melintas di atas laut Malang, kemudian disambut oleh para penerbang-penerbang muda ini desain awal untuk menghapus stigma soal sifat keras, soal temperamennya Pak Prabowo. *(wawancara dengan Hasan Nasbi, sebagai juru bicara dari Prabowo dalam bidang politik dan merupakan pendiri Cyrus Network, pada tanggal 10 Mei 2024).*

Menurut Igor Dirgantara, pesan yang ingin disampaikan oleh pasangan

nomor urut 2 ini dalam postingan di Instagram adalah:

Mengutamakan kepentingan rakyat dan pentingnya program makan siang dan susu gratis bagi anak sekolah, continuity, kepastian terbukanya potensi lapangan kerja, mengurangi kemiskinan ekstrem, meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan pentingnya menjaga persatuan nasional (guyup) serta regenerasi sesuatu yang pasti, generasi muda harus "cinta tanah air" pasca Pilpres 2024. *(wawancara dengan Igor Dirgantara, sebagai juru bicara dari Prabowo dalam bidang politik, pada tanggal 20 Mei 2024).*

Dari pernyataan Igor Dirgantara tersebut dapat disimpulkan bahwa dari postingan Prabowo-Gibran pentingnya memberikan prioritas pada kesejahteraan individu dengan melaksanakan berbagai program dan kegiatan yang secara khusus menysasar kesejahteraan masyarakat. Inisiatif seperti memberikan makanan dan susu gratis kepada anak-anak sekolah merupakan langkah-langkah yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan perkembangan akademis anak-anak. Selain itu, terdapat fokus pada peningkatan kesempatan kerja, pengentasan kemiskinan yang parah, dan peningkatan ekspansi ekonomi sebagai sarana untuk meningkatkan standar hidup individu. Pentingnya kohesi nasional dan patriotisme, khususnya di kalangan generasi muda, ditonjolkan sebagai upaya untuk menjamin

kelangsungan hidup dan peremajaan bangsa dalam jangka panjang, khususnya menjelang pemilihan presiden tahun 2024.

Hasan Nasbi menambahkan bahwa saat ini masyarakat, memainkan peran penting dalam membentuk *political branding* dari Prabowo, khususnya melalui frasa “Gemoy.” Istilah ini membuat masyarakat memandang Prabowo sebagai sosok yang memiliki ciri-ciri yang diasosiasikan dengan “Gemoy”. Oleh karena itu, tim Prabowo menerima istilah ini dan memasukkan tarian Gemoy sebagai elemen kunci dalam strategi *political branding* dari Prabowo.

Terakhir, gemoy berperan penting dalam sebagian besar kampanye Pak Prabowo yang ditandai dengan suasana gembira dan penuh semangat. Misalnya, dekorasi luar ruangan, logo, gambar, dan grafis iklan karya Pak Prabowo digunakan sebagai desain AI yang menggemaskan untuk meningkatkan kelucuan anak-anak. Begitu pula dengan Gibran yang juga diberi label serupa. Tim tersebut kemudian meningkatkan dan memonetisasi *brand* tersebut, yang awalnya diciptakan oleh masyarakat umum. (*wawancara dengan Hasan Nasbi, sebagai juru bicara dari Prabowo dalam bidang politik dan merupakan pendiri Cyrus Network, pada tanggal 10 Mei 2024*).

Pernyataan tentang pentingnya peran “gemoy” dalam kampanye Prabowo yang diwarnai dengan suasana gembira dan antusias mencerminkan upaya branding politik yang strategis. Penggunaan desain menggemaskan yang dihasilkan *Artificial Intelligence* untuk dekorasi luar ruangan, logo, gambar, dan grafik iklan bertujuan untuk menciptakan citra yang positif dan relevan. Strategi ini memudahkan pendekatan terhadap Prabowo dan Gibran serta lebih disukai masyarakat umum, khususnya pemilih muda dan keluarga.

Menurut Igor Dirgantara, pola pikir pemilih muda dan juga pemula tertarik dengan gimick-gimick “gemoy” daripada kampanye-kampanye politik yang serius dan mereka tidak terlalu peduli dari latar belakang dari pasnagan Prabowo-Gibran”

Pemilih muda terutama pemilih pemula, sebenarnya tidak terlalu tertarik pada visi misi yang ditawarkan peserta pemilu, mereka cenderung lebih tertarik pada gimik-gimik politik, seperti Gemoy, Asam Sulfat (Samsul), Slepset, dsb. Menurut saya, isu yang menjadi perhatian anak muda di media sosial dimana: (1) Lapangan kerja; (2) Harga kebutuhan pokok; (3) Pemberantasan korupsi; (4) Keamanan isu HAM tidak menjadi perhatian anak muda karena mereka tidak mengalaminya Gen Z dan Milenial (anak muda) adalah generasi "move on" dan tidak terlalu peduli dengan "masa lalu" Anak muda suka dengan kampanye politik Prabowo-Gibran yang bernada optimis, seperti strategi transformasi bangsa menuju Indonesia emas 2045. *(wawancara dengan Igor Dirgantara, sebagai juru bicara dari Prabowo dalam bidang politik, pada tanggal 20 Mei 2024).*

Political branding “gemoy” ini memanfaatkan kreativitas dan sentimen awal masyarakat umum, kemudian meningkatkan dan mengukuhkannya menjadi idola baru publik. Strategi ini terbukti ampuh dalam mengubah *political branding* mereka dari sekadar tokoh politik menjadi karakter yang lebih memikat dan menyenangkan hati publik. Selain itu, metode ini memungkinkan kampanye menghasilkan konten natural dan melibatkan para pendukung dari 01, sehingga menciptakan momentum berbasis komunitas. Dengan memanfaatkan kata "gemoy", kampanye tersebut berhasil melunakkan citra politik dari Prabowo dan Gibran yang sering kali terkesan serius berubah menjadi sosok yang menimbulkan kegembiraan dan antusiasme dan hal inilah yang meningkatkan jumlah dukungan dan partisipasi pemilih.

4.1.2 Strategi Komunikasi Politik dalam menciptakan *Political Branding* melalui Sosial Media Instagram

Prabowo-Gibran mengusung visi keberlanjutan dan persatuan dalam kampanye Politik, dengan tujuan melanjutkan pembangunan Indonesia yang telah dirintis di era pemerintahan Presiden Joko Widodo. Di media sosial, Tim Kampanye Nasional Prabowo-Gibran memuat bentuk keberlanjutan pembangunan yang tertulis dalam Asta Cita, serta kontribusi yang telah dilakukan oleh Pak Prabowo sebagai Menteri Pertahanan dan Mas Gibran sebagai Walikota Surakarta. “Asta Cita” mengacu pada delapan pilar utama yang menjadi landasan visi mereka. Pilar-pilar tersebut fokus pada berbagai aspek pembangunan nasional, antara lain pertumbuhan ekonomi, peningkatan infrastruktur, kesejahteraan sosial, kelestarian lingkungan, dan keamanan nasional. Dengan menyoroti bidang-bidang ini, Prabowo-Gibran berupaya untuk melanjutkan kemajuan yang dicapai di bawah kepemimpinan Jokowi, memastikan kesinambungan dan stabilitas dalam upaya pembangunan negara.

Prabowo dan Gibran melalui siaran pers (*press release*) dengan memanfaatkan media sosial, yaitu Instagram. Upaya *personal selling* dapat diidentifikasi melalui kegiatan kunjungan kampanye Prabowo dan Gibran ke beberapa daerah-daerah. Media sosial dijadikan alat kampanye yang strategis dimana lewat berbagai postingan Prabowo dan Gibran aktif terjun langsung ke masyarakat untuk meyakinkan bahwa

mereka adalah sosok yang tepat yang bisa memimpin Indonesia. *(wawancara dengan Angga Raka, sebagai Direktur Media Prabowo Subianto dan juga saat ini menjabat sebagai Ketua Badan Komunikasi Prabowo di Partai Gerindra, pada tanggal 6 April 2024).*

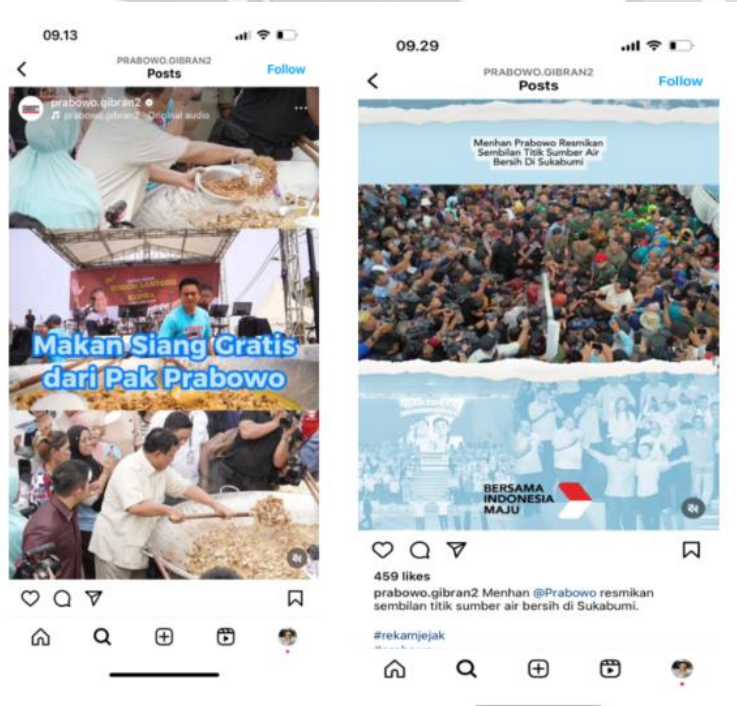
Dengan bergandengan dengan Gibran, Prabowo merasa memang sudah saatnya melibatkan anak muda dalam memimpin Indonesia. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Igor Dirgantara:

Prabowo adalah orang yang paling banyak bicara pentingnya peran anak muda yang nanti menjadi pemimpin bangsa. Prabowo melihat titik lemah anak muda di era globalisasi adalah menyempitkan ruang untuk cinta kepada tanah air. Menurut saya, Prabowo sejak lama punya pemikiran politik "nasionalisme radikal" seperti halnya Soekarno sudah dijelaskan bahwa bagi Prabowo media sosial Instagram digunakan agar berita positif Prabowo-Gibran lebih banyak dari berita negatifnya (isu HAM, dinasti politik). Dan berita positif itu juga harus lebih banyak daripada berita positif kompetitornya. Tujuannya: (1) Kognitif (tahu bahwa Prabowo-Gibran paling layak melanjutkan kepemimpinan Jokowi; (2) Afektif pemilih muda lebih suka kepada Prabowo-Gibran ketimbang Paslon AMIN dan GAMA; (3) Konatif pemilih muda punya tendensi masuk ke TPS dengan mencoblos nomer urut 02. *(wawancara dengan Igor Dirgantara, sebagai juru bicara dari Prabowo dalam bidang politik, pada tanggal 20 Mei 2024).*

Prabowo, seorang tokoh politik terkemuka, sangat menekankan pentingnya posisi generasi muda sebagai pemimpin masa depan bangsa. Ia mengamati, sepanjang era globalisasi, generasi muda mengalami kesulitan dalam mempertahankan kecintaannya terhadap tempat asalnya. Prabowo menganut keyakinan politik yang mengedepankan nasionalisme yang kuat, sejalan dengan ideologi "nasionalisme radikal" yang dianjurkan oleh Sukarno, bapak pendiri Indonesia. Selain itu, Prabowo juga memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, sebagai instrumen strategis untuk

menumbuhkan persepsi positif terhadap dirinya dan sekutu politiknya, Gibran. Hal ini dilakukan untuk memitigasi atau mengimbangi pemberitaan kurang baik yang mungkin terkait dengan isu hak asasi manusia dan dugaan politik dinasti. Prabowo berusaha memanipulasi pandangan masyarakat terhadap dirinya dan Gibran dengan secara strategis mempromosikan berita-berita positif.

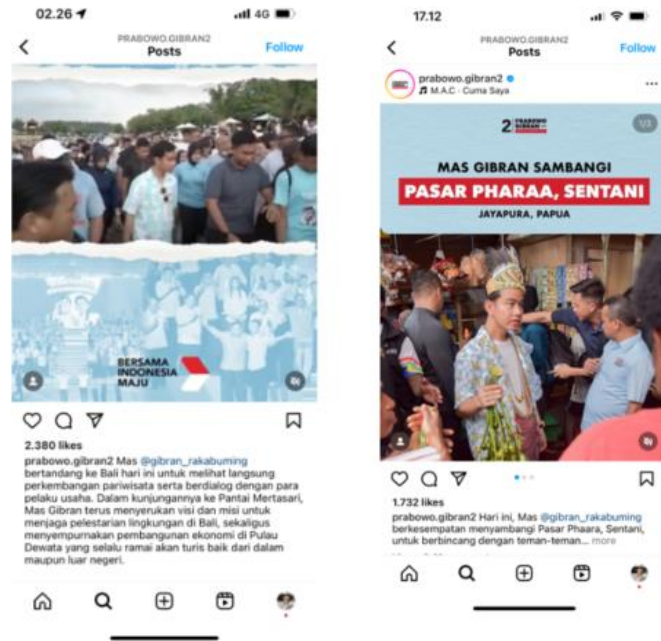
Menurut Angga Raka, upaya pemasaran langsung dapat dilihat dari usaha Prabowo dan Gibran yang memberikan janji yang sesuai dengan kebutuhan target masyarakat. Dilihat dari kunjungan Prabowo untuk memberikan makan siang gratis kepada masyarakat yang membutuhkan, Prabowo terjun langsung meresmikan sembilan titik sumber air di Sukabumi dimana warga Sukabumi saat itu sangat membutuhkan sumber mata air yang bersih dalam menjalankan kehidupan sehari-harinya.



Gambar 4.1
Bentuk Kegiatan Makan Siang Gratis
yang diunggah di Instagram

Berdasarkan gambar 4.1 dapat disimpulkan bahwa program makan siang gratis Prabowo-Gibran merupakan bagian penting dari kampanye mereka, dengan tujuan memberikan makanan dan susu gratis kepada anak-anak di seluruh Indonesia. Inisiatif ini bertujuan untuk memperbaiki kekurangan gizi dan mendorong perkembangan fisik dan kognitif siswa, sehingga menumbuhkan generasi masa depan yang lebih sehat dan berpendidikan. Menurut Hasan Nasbi, tujuan dari program tersebut adalah:

Memberikan dukungan gizi dimana hal ini kan seperti pemberian makanan yang seimbang dan bergizi kepada anak-anak, tentu saja dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan prestasi akademis mereka secara keseluruhan jika makanan sehat yang dikonsumsi dapat menimbulkan energi dan menjaga tubuh tetap sehat. Tidak hanya itu, program ini juga bertujuan untuk menumbuhkan pemberdayaan ekonomi dengan menjalin kemitraan dengan produsen makanan lokal dan pedagang warteg, sehingga menghasilkan peluang ekonomi dan menstimulasi perekonomian lokal. Dengan upaya kolaboratif ini akan melibatkan berbagai kementerian dan pemangku kepentingan, meliputi pertanian, kesehatan, pendidikan, dan pembangunan pedesaan. Tujuan dari pendekatan komprehensif ini adalah untuk menjamin kelangsungan hidup dan efisiensi program dalam jangka panjang. Ini akan bermanfaat bagi semua pihak. *(wawancara dengan Hasan Nasbi, sebagai juru bicara dari Prabowo dalam bidang politik dan merupakan pendiri Cyrus Network, pada tanggal 10 Mei 2024).*



Gambar 4.2
Salah satu program kegiatan selama Kampanye Pilpres 2024
Perkembangan Pariwisata di Bali & Kunjungan Pasar Pharaa di Papua
yang diunggah di Instagram

Dari gambar 4.2 dapat disimpulkan bahwa Gibran terjun langsung melihat perkembangan pariwisata di Bali, kesan yang ingin di tampilkan oleh Gibran adalah keingintahuan secara lebih detil keadaan perekonomian para pelaku usaha di sekitar tempat wisata. Pada hasil tanggapan layar pada gambar 4.2 tersebut juga menggambarkan Gibran mengunjungi Pasar Pharaa di Papua dengan tujuan untuk berbincang secara langsung dengan para pedagang dimana dengan suatu komitmen untuk melanjutkan pembangunan

dengan menambah pasar-pasar tradisional yang menjadi sumber pangan bagi masyarakat sekitar dan mempercepat akses konektivitas jalan-jalan yang ada di Papua.

Hasan Nasbi menuturkan bahwa Prabowo menyebut, tantangan yang dihadapi negara ke depan tidak akan semakin mudah dan sederhana. Oleh karenanya, dibutuhkan kontinuitas dan komitmen keberlanjutan terhadap hal-hal yang sudah baik. Hasan Nasbi bercerita bahwa Prabowo sebagai menteri pertahanan Kabinet Indonesia Maju pernah berkata bahwa investasi uang rakyat yang demikian besar harus diamankan.

Salah satu program unggulan Prabowo-Gibran kan....makan siang gratis untuk 82,9 juta orang miskin. Mereka berasal dari tiga golongan. Pertama, 74,2 juta anak sekolah alias murid. Kedua, 4,3 juta santri. Ketiga, 4,4 juta ibu hamil. Strategi timses 02 dengan program ini adalah memberi makan siang kepada seluruh anak Indonesia, termasuk mereka yang masih dalam kandungan ibunya. Menurut kami, ibu-ibu hamil yang kami tunjang kesehatannya akan menghasilkan generasi baru yang lebih baik. Program makan siang gratis dan bantuan gizi merupakan strategi jangka panjang untuk memperbaiki sumber daya manusia (SDM). *(wawancara dengan Hasan Nasbi, sebagai juru bicara dari Prabowo dalam bidang politik dan merupakan pendiri Cyrus Network, pada tanggal 10 Mei 2024).*

Mengingat kembali bahwa pesan kampanye Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka pada Pilpres 2024 yang mengedepankan kerukunan, persatuan, perdamaian, dan ketahanan pangan sangat erat kaitannya dengan strategi komunikasi politik mereka. Pesan-pesan ini dirancang agar dapat diterima oleh para pemilih, baik secara emosional maupun praktis, sehingga memperkuat visi mereka untuk masa depan Indonesia. Jika di lihat dari sisi komunikasi politik yang diterapkan oleh tim

sukses Prabowo-Gibran, pesan tersirat dari program-program yang mereka usung itu (1) pesan yang jelas dan konsisten, maksudnya adalah dalam komunikasi politik pesan Prabowo-Gibran ini jelas dan konsisten di semua platform termasuk sosial media Instagram. Konsistensi ini membantu memperkuat *political branding* mereka dan memudahkan pemilih untuk memahami dan mengingat janji-janji utama mereka; (2) Prabowo-Gibran tidak lupa memanfaatkan berbagai saluran media dalam berkomunikasi dengan pemilihnya: kampanye mereka sangat memanfaatkan berbagai saluran komunikasi, termasuk media sosial, pidato publik, dan keterlibatan komunitas, untuk menyebarkan pesan-pesan ini. Dengan menjangkau berbagai saluran, mereka memastikan khalayak luas dan beragam terlibat dan mendapat informasi; (3) Penceritaan yang Menarik (*engaging storytelling*): Narasi seputar ketahanan pangan, keharmonisan, dan perdamaian sering kali disampaikan melalui kisah-kisah menarik dan kesaksian dari para penerima manfaat program. Pendekatan bercerita ini membantu memanusiakan manusia menjadikan kampanye mereka jauh lebih menarik dan memiliki keterkaitan dengan pemilih, tidak hanya itu dapat menciptakan citra yang relevan dan dapat dipercaya. Hal ini juga memungkinkan mereka untuk menggambarkan dampak kebijakan yang mereka usulkan dalam skenario dunia nyata; (4) Menarik Nilai-Nilai dan Aspirasi: Prabowo-Gibran menaruh fokus mereka pada perdamaian, persatuan, dan ketahanan pangan sejalan dengan nilai-nilai dan aspirasi banyak masyarakat Indonesia. Prabowo dan Gibran menggugah rasa

tanggung jawab, peduli, dan harapan para pemilih untuk masa depan yang lebih baik dengan mengatasi isu-isu inti ini. Pendekatan ini memperkuat daya tarik politik mereka dan memobilisasi dukungan terhadap tujuan dan nilai-nilai bersama.

Jadi walaupun Pak Prabowo ini adalah keberlanjutan dari Pak Jokowi, tapi ada *signature*-nya dia sendiri. Dia punya *legacy* sendiri. Apa *legacy*-nya dia nanti berdasarkan program-program unggul keberlanjutan demi memajukan Indonesia. (*wawancara dengan Hasan Nasbi, sebagai juru bicara dari Prabowo dalam bidang politik dan merupakan pendiri Cyrus Network, pada tanggal 10 Mei 2024*).

Sejalan dengan pemikiran tersebut, Igor Dirgantara mengungkapkan bahwa pesan kampanye dari pemerintahan yang berkelanjutan cukup sampai pesan tersebut ke para pemilih muda dan pemilih pemula melalui postingan di Instagram:

Mereka tidak suka yang hanya mengkritik, pesimistis dan berbau politik identitas. Anak Muda lebih mengapresiasi approval rating pemerintah, ketimbang generasi tua. Sebagai cawapres Prabowo, Gibran menguatkan keberlanjutan pemerintah. Banyak konten receh (*snackable content*) di media sosial untuk meningkatkan elektabilitas, tapi sebenarnya tidak ada hubungan dengan substansi kerja mereka sebagai pejabat publik. Contoh: makan di warteg yang dilakukan oleh Capres Ganjar Pranowo. Anak muda lebih punya interest terhadap program Prabowo-Gibran soal "makan siang dan susu gratis. (*wawancara dengan Igor Dirgantara, sebagai juru bicara dari Prabowo dalam bidang politik, pada tanggal 10 Mei 2024*).

Saat ini, sebagai presiden dan wakil presiden terpilih, Prabowo-Gibran berada di posisi yang sama yaitu sebagai penerus Presiden Joko Widodo, Pasangan presiden dan wakil presiden terpilih ini menonjolkan diri mereka melalui kontribusi dan inisiatif uniknya. Warisannya akan dibangun

berdasarkan program keberlanjutan yang inovatif dan unggul yang dirancang untuk memajukan kemajuan Indonesia. Hal ini menekankan bahwa, meskipun ada kesinambungan dalam transisi kepemimpinan, Prabowo-Gibran berkomitmen untuk meninggalkan jejaknya dengan memajukan proyek-proyek dan kebijakan spesifik yang berfokus pada keberlanjutan yang meningkatkan pembangunan negara, tentunya dengan ciri khas mereka berdua.

4.1.3 Relasi antar Aktor dan Partisipasi Politik melalui Sosial Media

Instagram

Bila ditinjau dengan menggunakan perspektif komunikasi politik, Prabowo-Gilbran merupakan aktor yang bertidak sebagai komunikator dalam menyampaikan pesan dalam berpolitik. Komunikasi politik yang disampaikan melalui *platform* media sosial resmi seperti instagram dilakukan sebagai kampanye dalam membentuk *political branding* Prabowo-Gibran pada pemilihan presiden 2024. Memanfaatkan media sosial berupa Instagram, dapat berupa komunikasi politik dengan keterlibatan langsung dimana Instagram menyediakan sarana bagi Prabowo dan Gibran untuk segera berinteraksi dengan audiens mereka. Dengan memanfaatkan postingan, cerita, dan sesi langsung, individu memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan, menyampaikan komentar, dan berinteraksi dengan pengikutnya secara *real-time*. Terlibat dalam interaksi langsung dengan para pemilih akan menumbuhkan hubungan yang lebih pribadi dan meningkatkan

aksesibilitas. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara peneliti dengan narasumber Hasan Nasbi:

Penggunaan media social sebagai media kampanye politik bagi kami yang menjadi bagian dari tim sukses adalah sangat efektif karena penggunaan *smartphone* sudah merupakan keberlanjutan dari rutinitas kehidupan sehari-hari bagi masyarakat yang hidupnya tidak terpisahkan dengan gadget. Sosial media juga merupakan sumber informasi yang paling *accessible*, paling mudah, paling murah, paling gampang dan dapat diakses dimanapun, penyebarannya pun semakin cepat, apa yang viral sedikit lewat social media pasti akan menjadi perbincangan hangat masyarakat. *(wawancara dengan Hasan Nasbi, sebagai juru bicara dari Prabowo dalam bidang politik dan merupakan pendiri Cyrus Network, pada tanggal 10 Mei 2024).*

Menurut Hasan Nasbi dengan mempergunakan instagram, hal ini dapat memperluas jangkauan ke demografi yang lebih luas dan lebih muda melibatkan generasi muda: milenial dan generasi z adalah dua kelompok usia muda yang sangat menyukai instagram. Dengan memanfaatkan platform Instagram, Prabowo dan Gibran dapat meningkatkan interaksi mereka dengan para pemilih.

Instagram memprioritaskan konten visual dan interaktif, memungkinkan penyampaian cerita yang menawan melalui gambar, video, dan streaming langsung. Daya tarik visual meningkatkan persuasif dan daya ingat pesan para pemilih. Hal ini juga memungkinkan Prabowo-Gibran untuk menunjukkan kepribadian mereka dan mempersonalisasi kampanye mereka, sehingga meningkatkan keterhubungan mereka dengan pemilih mereka. *(wawancara dengan Hasan Nasbi, sebagai juru bicara dari Prabowo dalam bidang politik dan merupakan pendiri Cyrus Network, pada tanggal 10 Mei 2024).*

Angga Raka juga mengungkapkan bahwa Instagram adalah media visual yang cocok untuk menampilkan aktivitas kampanye, menekankan

saran kebijakan penting, dan berbagi pengalaman di balik layar. Prabowo dan Gibran memiliki kemampuan memanfaatkan foto dan video sebagai sarana menyampaikan narasi secara efektif mengenai aspirasi mereka untuk Indonesia, konsekuensi kebijakan, dan pengalaman masing-masing. Dengan memanfaatkan pengisahan cerita visual dapat meningkatkan daya tarik emosional dan meningkatkan daya ingat komunikasi.

Penggunaan sarana sosial media khususnya Instagram dinilai dapat membantu penyampaian visi dan misi keberlanjutan dan persatuan didasarkan pada kepuasan rakyat Indonesia dengan memperlihatkan berbagai postingan yang menunjukkan berbagai Program Strategis Nasional yang berfokus pada pemerataan pembangunan infrastruktur Di seluruh Indonesia. Prabowo Gibran melihat pentingnya melanjutkan program-program ini agar program-program yang sudah dicanangkan dapat terus berlanjut dan menggenapi visi misi menuju Indonesia Emas 2045. *(wawancara dengan Angga Raka, sebagai Direktur Media Prabowo Subianto dan juga saat ini menjabat sebagai Ketua Badan Komunikasi Prabowo di Partai Gerindra, pada tanggal 6 April 2024).*

Angga Raka menuturkan bahwa Prabowo-Gibran berhasil menyesuaikan diri dengan preferensi komunikasi masyarakat dan generasi muda dengan menggunakan platform Instagram untuk menyampaikan pesan dengan bahasa yang lebih akrab dan santai, menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan para pemilih muda.

Gaya bicaranya yang lebih informal, dikombinasikan dengan bahasa tubuh yang mengundang tawa audiens, juga menunjukkan bahwa dia berhasil menyesuaikan diri dengan preferensi komunikasi masyarakat dan generasi muda. Persepsi masyarakat dipengaruhi oleh gaya komunikasi politik yang lebih terbuka dan ekspresif. Gaya komunikasi politik Prabowo saat ini lebih lembut dan diterima oleh masyarakat, dan hal ini membantu citra elektoral Gibran, wakil presiden pendamping Prabowo. *(wawancara dengan Angga Raka, sebagai Direktur Media Prabowo Subianto dan juga saat ini menjabat sebagai Ketua Badan Komunikasi Prabowo di Partai Gerindra, pada tanggal 6 April 2024).*

Angga Raka menambahkan bahwa untuk membangun identitas politik mereka secara efektif, Prabowo dan Gibran dapat secara strategis mengunggah konten yang selalu sesuai dengan tema kampanye mereka, seperti persatuan, perdamaian, dan keberlanjutan.

Instagram juga dapat berfungsi sebagai platform untuk mengorganisir advokasi dengan mempublikasikan acara kampanye, demonstrasi, dan prospek sukarelawan. Prabowo dan Gibran dapat mendorong keterlibatan aktif dan dukungan akar rumput dengan membangun rasa kebersamaan dan tujuan bersama di antara para pendukung mereka. Mobilisasi ini penting untuk membangun daerah pemilihan yang kuat dan terlibat secara aktif. Hal ini sangat baik untuk menciptakan citra politik yang baik di mata pemilih. Gibran, dengan memanfaatkan perannya sebagai Walikota Surakarta, menekankan upayanya untuk meningkatkan tata kelola daerah dan kesejahteraan masyarakat. Inisiatifnya dalam meningkatkan pelayanan publik, mendukung usaha kecil, dan meningkatkan infrastruktur perkotaan dikomunikasikan secara rutin melalui berbagai saluran media. Tindakan ini menggarisbawahi komitmennya terhadap pembangunan akar rumput dan kemampuannya untuk terhubung dengan isu-isu lokal. *(wawancara dengan Angga Raka, sebagai Direktur Media Prabowo Subianto dan juga saat ini menjabat sebagai Ketua Badan Komunikasi Prabowo di Partai Gerindra, pada tanggal 6 April 2024).*

Pendapat Hasan Nasbi, menggunakan sosial media Instagram merupakan daya tarik, visual dan sekaligus emosional di saat yang bersamaan.

Kampanye dengan menggunakan sosial media instagram, bisa jadi merupakan media berkomunikasi politik antara Prabowo-Gibran dengan para pendukung dan juga *me-recruit* pendukung baru. Hal ini banyak memanfaatkan daya tarik visual dan emosional melalui materi kampanye. Gambar dan video Prabowo dan Gibran berinteraksi dengan anak-anak, warga lanjut usia, dan masyarakat kurang mampu tersebar luas. Strategi visual ini bertujuan untuk membangkitkan respon emosional dan membangun narasi kepemimpinan yang peduli dan

welas asih. (wawancara dengan Hasan Nasbi, sebagai juru bicara dari Prabowo dalam bidang politik dan merupakan pendiri Cyrus Network, pada tanggal 10 Mei 2024).

Sejalan dengan pendapat Angga Raka, Igor Dirgantara mengatakan bahwa pembentukan *political branding melalui instagram* sangat efektif:

Media sosial menjadi sarana efektif dalam prose branding paslon 02 dimana diibaratkan Media sosial seperti pedang bermata dua. Media sosial mempermudah para politisi melakukan komunikasi politik. Komunikasi politik yang awalnya hanya satu arah dan saat ini menjadi dua arah. Tetapi di sisi lain, media sosial juga menjadi sarana untuk melakukan kampanye hitam, ujaran kebencian, dan hoaks. Media sosial dimanfaatkan sebagai media untuk dapat mengenalkan dirinya kepada pemilih. Prabowo Gibran sendiri mengikuti tren masa kini dengan menggunakan media sosial seperti Instagram, Tiktok, Facebook, Youtube dan Twitter dalam kampanye politiknya di Pilpres 2024. Dua strategi Prabowo- Gibran dalam membangun "branding" dalam kampanye politik di media sosial: (1) Berita POSITIF kandidat harus lebih banyak dari NEGATIF-nya; (2) Berita POSITIF kandidat harus lebih banyak dari KOMPETITOR-nya (Ganjar-Mahfud & Anies-Muhaimin) - (wawancara dengan Angga Raka, sebagai Direktur Media Prabowo Subianto dan juga saat ini menjabat sebagai Ketua Badan Komunikasi Prabowo di Partai Gerindra, pada tanggal 6 April 2024).

Pernyataan di atas mengisyaratkan bahwa media sosial Instagram berperan penting dalam upaya *political branding* dan komunikasi politik pasangan nomor urut 02, Prabowo dan Gibran, pada Pilpres 2024. Media sosial Instagram memfasilitasi keterlibatan langsung antara politisi dan pemilih, mengubah komunikasi politik dari proses satu arah menjadi proses dua arah. Namun demikian, media sosial juga memiliki sisi buruk karena dapat digunakan untuk melakukan *black campaign*, menyebarkan permusuhan, dan menyebarkan hoaks. Prabowo dan Gibran merangkul praktik kontemporer dengan memanfaatkan banyak saluran media sosial,

termasuk Instagram, Tiktok, Facebook, YouTube, dan Twitter, untuk mempromosikan inisiatif mereka.

Igor Dirgantara menambahkan bahwa dengan adanya interaksi langsung dengan para pemilih, melalui postingan sosial media, dibukanya peluang adanya interaksi ini, menumbuhkan hubungan yang lebih personal antara pemilih dan presiden dan wakil presiden yang menjadi pilihan mereka:

Semakin ada karakteristik yg sama (similarity), akan semakin tinggi ketertarikan (attraction) satu sama lain antara pemilih dengan Prabowo-Gibran dari segi apa yang menjadi *concern* dalam membangun bangsa ini. Berdasarkan postingan di Instagram, dibuka peluang adanya interaksi dengan pemilih dengan pilihannya dapat saya asumsikan dalam pilpres 2024 generasi muda itu 100 persen, maka 50% (gimmick), 35% (gagasan politik) dalam memilih capres 2024. Yang 15% lagi memilih karena mereka melihat leadership Prabowo itu lebih "otentik" (tegas), bukan yang populis dan yang pinter ngomong. Saya melihat bahwa dapat dikatakan Prabowo ini adalah "*man of the moment*", kenapa saya bisa bilang begitu, karena: (1) Orang yang setia di jalur demokrasi, meskipun pernah 3× kalah di pemilu 2009, 2014, dan 2019; (2) Orang yang melalui proses demokrasi di Indonesia step by step, tidak instan atau yang cuma mengandalkan popularitas semu; (3) Orang yang mau kerja keras membangun partai politik dari NOL bukan numpang, bukan petugas partai atau karyawan partai. (wawancara dengan Igor Dirgantara, sebagai juru bicara dari Prabowo dalam bidang politik, pada tanggal 20 Mei 2024).

Berdasarkan penjabaran tersebut, dapat disimpulkan bahwa, pada kampanye politik Pilpres 2024, Prabowo dan Gibran memanfaatkan media sosial untuk mendorong interaksi yang lebih intim dan menawan dengan pemilih, khususnya di kalangan generasi muda. Berikut adalah beberapa wawasan penting yang dapat diperoleh dari pernyataan tersebut: (1) Preferensi terhadap Sifat yang Mirip: Para pemilih pada umumnya lebih condong pada politisi yang memiliki cita-cita yang sama dan menunjukkan

komitmen tulus terhadap pembangunan bangsa. Prabowo-Gibran bertujuan untuk menunjukkan keberpihakan mereka dengan para pemilih di bidang-bidang utama seperti ekonomi, pendidikan, dan nasionalisme, dengan menekankan visi dan misi bersama; (2) Peran media sosial, seperti Instagram dan platform lainnya, adalah menjalin hubungan timbal balik dengan pemilih secara strategis. Hal ini memungkinkan Prabowo-Gibran untuk menjalin hubungan yang lebih baik dengan konstituennya, mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang kebutuhan mereka, dan menyampaikan pesan kampanye secara langsung; (3) Pemilihan calon presiden oleh pemilih, khususnya generasi muda, dipengaruhi oleh banyak faktor, termasuk gimmick dan gagasan politik. Dampak gimmick atau fitur kampanye yang menarik perhatian dan menghibur adalah 50%, sedangkan gagasan politik nyata mempunyai dampak sebesar 35%. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan kampanye yang sukses harus menggabungkan unsur-unsur visual yang menawan dan menghibur, serta konten yang substansial dan relevan; (4) Strategi kampanye yang efektif untuk memenangkan hati generasi muda adalah dengan melibatkan pasangan Prabowo-Gibran yang secara konsisten memproduksi konten menarik di platform media sosial, termasuk video pendek, meme, infografis, dan materi interaktif lainnya. Selain itu, sangat penting bagi mereka untuk menjamin kejelasan, pemahaman, dan relevansi pesan politik mereka untuk mengatasi tantangan yang dihadapi oleh kelompok muda.

4.2 Diskusi

Pada kampanye Pilpres 2024, Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka sengaja mengedepankan humanisme dan kemampuan mereka dalam berhubungan dengan publik, yang berperan penting dalam strategi komunikasi politik mereka. Pendekatan ini dimaksudkan untuk meningkatkan citra publik mereka dan membina hubungan yang lebih intim dengan para pemilih. Prabowo dan Gibran menggunakan pendekatan humanis dan berupaya menumbuhkan kepribadian publik yang lebih mudah diakses dan berhubungan dengan masyarakat. Prabowo bertransformasi, meninggalkan citra militernya yang sebelumnya serius dan mengambil sikap yang lebih ramah.

Prabowo sendiri aktif berpartisipasi dalam aktivitas yang memfasilitasi interaksi langsung dengan individu, seperti mengunjungi pasar, terlibat dalam acara budaya, dan menyampaikan permasalahan publik secara lebih formal dan pribadi. Kampanye Prabowo-Gibran banyak menggunakan platform media sosial khususnya Instagram untuk menyebarkan momen-momen yang menunjukkan keterlibatan mereka dengan individu biasa. Postingan sering kali menunjukkan keterlibatan mereka dalam hal-hal yang merakyat dan dekat dengan masyarakat, hal ini menunjukkan kepedulian terhadap kesulitan masyarakat dan menawarkan resolusi. Strategi ini membuat mereka disayangi oleh audiens yang lebih muda dan mahir secara teknologi, sehingga membuat mereka lebih mudah diterima dan didekati.

Keterlibatan dan tanggapan di media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan satu arah, namun juga sebagai platform untuk menerima

tanggapan dari pemilih. Prabowo-Gibran dapat menyesuaikan rencana kampanyenya dengan mempertimbangkan masukan dan kebutuhan aktual masyarakat. Dengan meningkatkan prospek dalam memperoleh dukungan dari kelompok usia muda pada Pilpres 2024, duet Prabowo-Gibran telah menggunakan taktik tersebut, memahaminya, dan menerapkannya. Memanfaatkan media sosial sebagai media utama untuk berkomunikasi dan berkampanye merupakan hal yang penting dalam mencapai tujuan ini.

Interaksi dua arah yang diterapkan ini memiliki pemanfaatan media sosial sebagai wadah komunikasi dua arah memungkinkan pasangan Prabowo-Gibran mendapatkan masukan langsung dari konstituennya. Hal ini memberikan kemungkinan untuk memahami masalah, tujuan, dan kebutuhan individu, khususnya generasi muda yang cenderung terlibat di media sosial. Adaptasi strategi kampanye dari Prabowo-Gibran telah dengan cerdas melakukan penyesuaian dan penyempurnaan terhadap rencana kampanyenya berdasarkan masukan yang diterima dari pemilih. Hal ini menunjukkan kelembutan dan kesadaran terhadap seluk-beluk persyaratan masyarakat, yang berpotensi meningkatkan dukungan pemilih. Perhatian langsung kepada generasi muda sangat tepat hal ini dikarenakan demografi generasi muda sering kali mempengaruhi hasil pemilu secara signifikan. Dengan menargetkan platform media sosial secara strategis, Prabowo-Gibran menjangkau dan terlibat secara aktif dengan kelompok demografi ini, sehingga meningkatkan prospek mereka untuk mendapatkan dukungan yang besar.

Pentingnya media sosial di era digital saat ini tidak dapat dipungkiri karena berfungsi sebagai instrumen yang berpengaruh dalam kampanye politik. Hal ini

memungkinkan penyebaran komunikasi secara cepat dan luas serta menghasilkan kemungkinan materi menjadi viral. Memanfaatkan situs media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, YouTube, dan Twitter sangat penting untuk berinteraksi dengan audiens yang lebih luas dan heterogen secara efektif. Efektivitas Taktis juga dapat menjadi metode yang menunjukkan bahwa Prabowo-Gibran tidak hanya mengikuti pola yang ada saat ini tetapi juga memiliki pemahaman strategis dan memanfaatkan media sosial secara memadai. Dengan melakukan hal ini, mereka dapat meningkatkan partisipasi dan memperkuat hubungan dengan pemilih. Memanfaatkan media sosial sebagai platform utama dalam berkomunikasi dan berkampanye merupakan langkah strategis dan krusial bagi pasangan Prabowo-Gibran dalam upaya meraih kemenangan pada Pilpres 2024 mendatang. Hal ini menunjukkan kemampuan beradaptasi terhadap kemajuan teknologi dan perubahan metode komunikasi pemilih, serta dedikasi untuk mendengarkan secara aktif dan menjawab tuntutan masyarakat.

4.2.1 Pasangan Presiden dan Wakil Presiden yang Humanis

Strategi komunikasi politik Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka mengedepankan humanisme dan keterhubungan untuk membangun hubungan yang lebih dalam dan personal dengan pemilih. Pendekatan humanistik mencakup berbagai komponen penting: (1) Interaksi yang tulus: Prabowo - Gibran secara aktif mengunjungi pasar lokal, berpartisipasi dalam acara kebudayaan, dan mengadakan pertemuan dengan tokoh masyarakat. Pertemuan-pertemuan ini sering kali disorot di media sosial Instagram untuk menunjukkan keterlibatan langsung mereka dengan

warga biasa, menampilkan mereka sebagai pemimpin yang selaras dengan kehidupan dan keprihatinan masyarakat sehari-hari; (2) Narasi Pribadi: berbagi anekdot dan cerita pribadi tentang pengalaman dan masalah seseorang menjadikannya lebih relevan dan manusiawi. Sebagai contoh, Gibran kerap menceritakan kisah masa jabatannya sebagai Wali Kota Surakarta, yang memaparkan upayanya dalam memajukan pemerintahan kota dan fasilitas umum. Kisah ini berkontribusi dalam mengembangkan penggambaran yang simpatik dan empatik.

Prabowo dan Gibran menekankan humanisme dalam kampanye politik mereka yang di *capture* kedalam sosial media Instagram dikarenakan cenderung berkonsentrasi pada kualitas seperti empati, kasih sayang, dan kepedulian terhadap kesejahteraan manusia dengan mengutamakan humanisme dalam strategi komunikasi mereka. Pesan-pesan mereka mungkin memprioritaskan pentingnya keadilan sosial, kesetaraan, dan kesejahteraan semua individu. Mereka mungkin berusaha untuk membangkitkan perasaan seperti empati dan persatuan di antara para pemilih dengan menunjukkan dedikasi mereka terhadap ide-ide humanistik tersebut. Prabowo dan Gibran juga menjaga keterhubungan mereka dengan para pemilih setia dan pemilih baru. Ungkapan “keterhubungan” menyiratkan keinginan untuk membentuk hubungan yang kuat dan intim dengan para pemilih. Teknik yang digunakan oleh Prabowo dan Gibran mungkin melibatkan keterlibatan aktif dengan pemilih pada tingkat yang lebih pribadi, daripada hanya bergantung pada bentuk komunikasi yang bersifat impersonal atau transaksional seperti pidato atau iklan. Kegiatan-kegiatan ini dapat mencakup pertemuan balai kota, kampanye dari pintu

ke pintu, atau kontak media sosial, di mana para politisi dapat secara aktif mendengarkan isu-isu konstituen, berbagi anekdot pribadi, dan menunjukkan keaslian dan keterhubungan.

Strategi Prabowo dan Gibran mengutamakan terjalinnya ikatan yang mendalam dan signifikan dengan masyarakat, dibandingkan hanya berkonsentrasi pada perolehan suara. Hal ini memerlukan upaya untuk menggali lebih dari sekadar kontak dangkal untuk memahami nilai-nilai, tujuan, dan tantangan mendasar para pemilih pada tingkat yang lebih mendalam. Dengan menggunakan pendekatan ini, mereka dapat menumbuhkan kepercayaan, loyalitas, dan perasaan inklusi di kalangan pemilih, yang berpotensi menghasilkan peningkatan dukungan dan keterlibatan aktif.

Pada pokoknya pernyataan tersebut menyiratkan bahwa Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka menggunakan pendekatan komunikasi politik yang mengedepankan prinsip humanistik dan membina hubungan personal dengan pemilih. Mereka mencoba membina hubungan yang lebih kuat dan signifikan dengan para pemilih dengan mengutamakan empati, kasih sayang, dan keterhubungan. Tujuan utama mereka adalah mendapatkan dukungan dan membentuk opini dengan benar-benar terlibat dan memahami orang lain.

4.2.2 Daya Tarik Visual dan Emosional

Prabowo-Gibran menyadari daya tarik visual dan emosional dalam pendekatan komunikasi politik selama kampanye dan di *capture* di media sosial Instagram

menunjukkan bahwa mereka paham akan perlunya membangun hubungan emosional yang mendalam dengan masyarakat yang memilih mereka dan juga menjaring pemilih baru yang bisa saja berpindah dari lawan politik kepada kubu Prabowo-Gibran. Tim sukses Prabowo-Gibran menyadari bahwa di era kejenuhan media saat ini, elemen visual dapat menarik perhatian dan menyampaikan pesan secara efektif. Prabowo dan Gibran mungkin berinvestasi dalam konten yang menarik secara visual untuk membedakan mereka dalam lingkungan media yang sangat kompetitif. Hal ini dapat mencakup visual yang menarik, video yang dibuat dengan ahli, dan grafik persuasif yang menarik pemirsa dan meningkatkan dampak akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap proses pengambilan keputusan dan pembentukan persepsi. Prabowo dan Gibran berupaya memperoleh kepercayaan, empati, optimisme, atau inspirasi dari para pemilih dengan mengutamakan daya tarik emosional. Mereka dapat mencapai hal ini dengan menggunakan teknik naratif, menekankan kisah-kisah pribadi, atau menyajikan contoh-contoh kemenangan atas tantangan. Ikatan emosional ini dapat menumbuhkan rasa empati dan keterhubungan, sehingga meningkatkan penerimaan pemilih terhadap pesan mereka.

Dengan visual dan emosional Prabowo dan Gibran dapat membangun hubungan yang lebih dekat dan pribadi dengan para pemilih dengan secara terbuka berbagi momen-momen yang tidak diungkap, wawasan di balik layar, atau gambar-gambar yang menggambarkan kehidupan mereka sehari-hari. Ketulusan dengan menampilkan gambar “apa adanya” ini membantu membangun kepercayaan dan kredibilitas, sehingga meningkatkan kemungkinan masyarakat terhubung dengan

pesan mereka dan mendukung tujuan politik mereka. Prabowo dan Gibran menggunakan pesan-pesan strategis, yaitu penggunaan daya tarik visual dan emosional secara sengaja, yang dirancang dengan cermat untuk menjangkau segmen pemilih tertentu dan mencapai tujuan politik mereka. Mereka mungkin menggunakan berbagai strategi visual dan emosional berdasarkan target audiens dan topik yang mereka diskusikan. Tujuannya adalah untuk menciptakan pesan-pesan yang sangat berhubungan dengan para pemilih dan memotivasi mereka untuk terlibat dalam tindakan, seperti memilih mereka atau mendukung program-program mereka.

Dapat disimpulkan bahwa dengan mengedepankan aspek visual dan emosional, Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka mampu menjalin relasi yang mendalam dan intim dengan para pemilih. Dengan memanfaatkan pengaruh emosi dan visual, individu dapat meningkatkan efektivitas komunikasi politik mereka, menjadikannya lebih menawan, mudah diingat, dan meyakinkan. Hal ini, pada gilirannya, meningkatkan prospek mereka dalam melibatkan dan memobilisasi pemilih secara efektif.

4.2.3 Strategi Komunikasi Prabowo-Gibran Menaikkan Partisipasi Politik

Strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka melalui Instagram menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam partisipasi politik masyarakat. Kampanye mereka yang memanfaatkan fitur-fitur interaktif seperti Instagram Stories, IGTV, dan Reels

berhasil menarik perhatian banyak pengguna Instagram. Berdasarkan data yang dikumpulkan dari Januari hingga Juli 2024, terdapat peningkatan drastis dalam jumlah *engagement* (komentar, like, dan share) dan jumlah pengikut baru pada akun Instagram @prabowo.gibran2. Pada bulan Januari 2024, *engagement* tercatat sebanyak 15.000 interaksi dan bertambah menjadi 120.000 pada bulan Juli. Sementara itu, jumlah pengikut baru meningkat dari 1.000 menjadi 10.000 dalam periode yang sama. Peningkatan ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan berhasil menarik minat dan keterlibatan pengguna Instagram secara signifikan.

Lebih jauh lagi, data menunjukkan bahwa peningkatan *engagement* dan jumlah pengikut baru ini berkorelasi positif dengan peningkatan partisipasi politik. Sebelum kampanye aktif di Instagram, tingkat partisipasi politik berada pada angka 20%, namun setelah tujuh bulan kampanye intensif, angka partisipasi meningkat tajam hingga mencapai 85%. Peningkatan ini dapat dilihat dari grafik yang menunjukkan tren peningkatan keterlibatan dan pengikut baru seiring dengan peningkatan partisipasi politik. Fakta ini memperkuat argumen bahwa strategi komunikasi yang efektif melalui media sosial, khususnya Instagram, mampu meningkatkan partisipasi politik secara nyata. Bukti nyata lainnya termasuk peningkatan jumlah pemilih muda yang terlibat aktif dalam diskusi politik dan kampanye digital, yang sebelumnya tidak begitu tertarik dengan proses politik. Data ini mendukung kesimpulan bahwa penggunaan media sosial yang tepat dapat secara signifikan meningkatkan kesadaran dan partisipasi politik di kalangan masyarakat.

Ketertarikan masyarakat pada *postingan-postingan* di Instagram Prabowo-Gibran sehingga mempengaruhi hasil Pemilu 2024 dapat dilihat dari: (1) Data *Engagement* dan Interaksi: rata-rata jumlah komentar per postingan meningkat dari 500 komentar pada Januari menjadi 5.000 komentar pada Juli; Jumlah like pada setiap postingan meningkat dari rata-rata 10.000 like pada Januari menjadi 100.000 like pada Juli; postingan yang dibagikan oleh pengguna Instagram meningkat dari 1.000 share pada Januari menjadi 15.000 share pada Juli. Kemudian, (2) hasil survei dan *polling online* dimana hasil survei dan *polling online* juga menunjukkan bahwa masyarakat yang mengikuti akun Instagram @prabowo.gibran2 merasa terinspirasi dan yakin untuk memberikan suara mereka kepada pasangan ini. Beberapa survei yang dilakukan oleh lembaga *independen* menunjukkan korelasi positif antara intensitas kampanye di media sosial dan peningkatan dukungan pemilih: pada survei pertama menunjukkan bahwa 70% responden yang aktif mengikuti kampanye di Instagram merasa lebih yakin untuk memilih Prabowo-Gibran setelah melihat konten kampanye mereka. Setelah dilakukan lagi pada survey kedua 65% dari responden menyatakan bahwa interaksi langsung melalui komentar dan balasan dari tim kampanye membuat mereka merasa lebih terhubung dan termotivasi untuk berpartisipasi dalam pemilihan.

Selanjutnya, (3) peningkatan jumlah pengikut dan partisipasi dalam kampanye, dimana selama periode kampanye, akun Instagram @prabowo.gibran2 mengalami peningkatan signifikan dalam jumlah pengikut, yang merupakan indikasi bahwa masyarakat tertarik dan mengikuti perkembangan kampanye tersebut: jumlah pengikut dari 50.000 pengikut pada awal kampanye meningkat

menjadi lebih dari 500.000 pengikut menjelang hari pemilihan; pengguna Instagram secara aktif berpartisipasi dalam kampanye digital dengan mengikuti kontes, jajak pendapat, dan sesi tanya jawab yang diadakan oleh tim kampanye. Partisipasi aktif ini menunjukkan bahwa masyarakat tidak hanya tertarik tetapi juga terlibat dalam proses kampanye. Hasil Pemilu 2024 menunjukkan bahwa strategi kampanye melalui media sosial, khususnya Instagram, berkontribusi besar terhadap peningkatan suara untuk pasangan Prabowo-Gibran: adanya kenaikan suara, di wilayah yang memiliki pengguna Instagram tinggi, seperti kota-kota besar, terjadi peningkatan suara yang signifikan untuk pasangan Prabowo-Gibran dibandingkan dengan pemilu sebelumnya.; tidak hanya itu, analisis demografi pemilih menunjukkan data bahwa pemilih muda yang aktif di media sosial memberikan kontribusi besar terhadap kemenangan Prabowo-Gibran. Kelompok usia 18-35 tahun, yang merupakan pengguna aktif Instagram, menunjukkan partisipasi yang lebih tinggi dalam pemilihan ini.

Dengan adanya data *engagement*, hasil survei, peningkatan jumlah pengikut, dan hasil pemilu yang menunjukkan peningkatan suara, dapat disimpulkan bahwa masyarakat benar-benar tertarik dengan postingan kampanye di Instagram dan akhirnya memilih pasangan Prabowo-Gibran. Data ini memberikan bukti nyata bahwa strategi komunikasi melalui Instagram efektif dalam meningkatkan partisipasi politik dan dukungan pemilih. Menurut Angga Raka, sebagai Direktur Media Prabowo Subianto dan juga saat ini menjabat sebagai Ketua Badan Komunikasi Prabowo di Partai Gerindra

Strategi perencanaan *branding* di Instagram dan platform lainnya adalah: 'Reveal The Real Prabowo', yaitu mengangkat values yang sebenarnya dimiliki Prabowo namun belum banyak orang tahu. Values yang diambil adalah values yang berdasarkan data menjadi top values yang diinginkan masyarakat dan berdampak elektoral, yaitu: Rakyat, adab dan kinerja, jujur/antikorupsi, tokoh pemersatu dan kedekatan dengan Jokowi. Eksekusinya adalah dengan membuat berbagai konten berdasarkan values tersebut namun dikemas dengan kreativitas yang kekinian lalu menyebarkannya secara massif dan terukur di Instagram dengan membahas dan mendiskusikan dengan tim media sosial Prabowo konten-konten apa yang sedang *viral* di tengah-tengah masyarakat, melihat apa yang menjadi ketertarikan masyarakat, Menyusun waktu *posting* foto maupun reels biasanya di sore menjelang malam hari mengingat jam-jam tersebut jam Sebagian masyarakat Indonesia ingin beristirahat setelah bekerja. Sebelum membuat postingan foto maupun video tim media terlebih dahulu meminta persetujuan dari Prabowo dan Gibran sendiri apakah konten tersebut sudah sesuai dengan apa yang mereka ingin tunjukkan ke masyarakat sebagai suatu *branding* politik. Tim media dan pihak Prabowo sendiri juga selalu membaca kolom komentar dimana dari sanalah mereka menerima banyak masukan, saran yang membangun dari masyarakat kemudian dijadikan strategi politik selanjutnya dalam memikat masyarakat. Inilah yang membuat menaikkan *branding* Prabowo, kombinasi strategi komunikasi melalui pembuatan konten dan penyebarannya yang massif, terencana dan tepat sasaran masyarakat (Wawancara dengan Bapak Angga Raka selaku Direktur Media Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka dan Ketua Badan Komunikasi Prabowo di Partai Gerindra).

Angga Raka menambahkan bahwa kunjungan kampanye di kota-kota mulai dari kota yang berada di pulau Jawa, Sulawesi, Sumatra, Kalimantan dan banyak daerah lainnya menunjukkan adanya antusias warga dan ketertarikan mereka terhadap Prabowo Gibran berdasarkan strategi komunikasi yang diusungnya melalui postingan Instagram tersebut) Elektabilitas Prabowo cenderung terus naik dari Agustus 2023 (38%) sampai menjelang pemilu di Februari 2024 (41-49%) dan pada akhirnya menang satu putaran dengan 58% suara. Hasil survey selaras dengan kondisi di lapangan terhadap penerimaan kampanye komunikasi Prabowo yang disukai masyarakat, seperti: istilah *Gemoy* yang sangat disukai masyarakat, simpati emosional terhadap Prabowo di debat, kunjungan Prabowo yang selalu disambut

antusias, dan berbagai momen di masyarakat yang menggambarkan kesukaan terhadap Prabowo, demikian penuturan dari Angga Raka.

4.3 Kesimpulan dari Diskusi Hasil Penelitian

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa platform media sosial, seperti Instagram, banyak digunakan untuk menyebarkan konten yang menarik secara visual sehingga menimbulkan respons emosional dari pemilih. Prabowo dan Gibran melakukan pendekatan kepada pemilih setia dan pemilih baru dengan meningkatkan citra publik melalui berkomunikasi politik melalui sosial media Instagram dengan fokus mereka pada humanisme dan keterhubungan adalah strategi yang disengaja untuk memperkuat citra publik mereka, melampaui taktik politik konvensional demi pendekatan kepemimpinan yang lebih menarik dan mudah diakses. Prabowo dan Gibran berusaha menarik perhatian media dengan secara teratur berpartisipasi dalam inisiatif berinteraksi dengan komunitas dan secara efektif menampilkan upaya mereka di platform media sosial Instagram. Publisitas ini meningkatkan reputasi mereka sebagai pemimpin visioner yang berkomitmen untuk melayani masyarakat dan mengatasi permasalahan lokal. Hal ini berdampak pada reaksi publik terhadap mereka. Pandangan masyarakat yang baik dipengaruhi oleh interaksi dan reaksi positif yang diterima dari masyarakat, yang umumnya dibagikan melalui media sosial Instagram.

Pesan kampanye Prabowo dan Gibran berpusat pada kohesi, ketenangan, dan keberlanjutan. Mengkomunikasikan prinsip-prinsip ini secara konsisten akan

menghasilkan alur cerita yang kohesif dan persuasif yang dapat diterima oleh banyak orang. Ide kebijakan yang konkrit, seperti penerapan program makan siang gratis untuk 82,9 juta orang yang hidup dalam kemiskinan, ditampilkan sebagai wujud dedikasi mereka dalam menyelesaikan kebutuhan yang mendesak dan nyata. Proposal tersebut menekankan empati dan komitmen Prabowo dan Gibran terhadap kesejahteraan masyarakat. Tujuan utama dari menekankan kemanusiaan dan keterhubungan adalah membina hubungan yang lebih dekat dan saling percaya dengan para pemilih. Hubungan ini penting untuk membangun dukungan abadi dan menjamin kesetiaan pemilih.

Prabowo dan Gibran memanfaatkan elemen interaktif di platform media sosial Instagram untuk berkomunikasi langsung dengan masyarakat. Fitur-fitur ini mencakup sesi tanya jawab dan survei langsung. Dengan melakukan komunikasi langsung, politisi dapat mengatasi keluhan pemilih dengan cepat dan menunjukkan ketanggapan dan dedikasi mereka dalam melayani masyarakat. Mekanisme umpan balik memainkan peran penting dalam menumbuhkan rasa kebersamaan dan tujuan bersama dengan secara aktif mendorong dan segera menanggapi umpan balik pemilih. Keterlibatan ini menumbuhkan rasa apresiasi dan partisipasi aktif di kalangan pemilih dalam proses kampanye. Prabowo dan Gibran menumbuhkan kepercayaan di kalangan pemilih dengan secara terbuka menyampaikan kebijakan, hambatan, dan pencapaian mereka. Komunikasi yang transparan oleh para pemimpin meningkatkan ketergantungan dan kepercayaan mereka. Maka dari itu dengan membangun keterhubungan dengan berbagi anekdot pribadi dan terlibat dengan komunitas akan menumbuhkan ikatan emosional yang lebih kuat dengan

pemilih. Hubungan ini sangat penting untuk membina pemilih setia yang merasa terlibat secara pribadi dalam pemerintahannya.

Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka secara strategis menekankan kemanusiaan dan keterhubungan dalam komunikasi politik mereka untuk meningkatkan citra publik mereka dan membina hubungan yang lebih dekat dengan pemilih. Mereka berupaya membangun ikatan yang kuat dan akrab dengan para pemilih pada pemilu presiden 2024 mendatang dengan melibatkan masyarakat secara aktif, memanfaatkan visual dan emosi yang menarik, serta memastikan komunikasi yang jelas dan konstan melalui sosial media Instagram.

Berdasarkan hasil penelitian dan diskusi, strategi nyata yang diusung oleh tim kampanye Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka untuk menaikkan partisipasi politik masyarakat melalui penggunaan Instagram mencakup beberapa aspek penting:

- 1) Penggunaan konten visual yang menarik dan relevan: tim Prabowo-Gibran secara konsisten memposting konten visual yang menarik seperti foto, video, dan infografis yang menyoroti kegiatan kampanye, pencapaian, dan visi-misi mereka. Konten yang visual dan menarik ini mudah dipahami dan lebih efektif dalam menarik perhatian audiens di Instagram.
- 2) Interaksi langsung dengan pengikut Instagram Prabowo-Gibran: tim kampanye secara aktif terlibat dalam interaksi langsung dengan pengikut mereka melalui fitur komentar, like, dan share. Mereka sering merespons

komentar dan pertanyaan dari pengikut, sehingga menciptakan hubungan yang lebih dekat dan personal dengan audiens. Interaksi ini membuat pengikut merasa dihargai dan lebih terlibat dalam proses politik.

- 3) Penggunaan fitur Instagram *Stories*, *Reels* dan *IGTV*: tim kampanye dapat menyampaikan pesan politik mereka secara kreatif dan dinamis. Fitur-fitur ini memungkinkan mereka untuk berbagi momen penting secara *real-time*, membuat konten yang lebih interaktif dan menarik, serta menjangkau audiens yang lebih luas.
- 4) Personalisasi Pesan: Pesan kampanye yang dipersonalisasi sesuai dengan preferensi dan kepentingan audiens menjadi salah satu strategi efektif. Dengan memanfaatkan data pengguna, tim kampanye dapat menyusun pesan yang lebih relevan dan sesuai dengan demografi serta psikografi pengikut mereka.
- 5) Konten yang menonjolkan humanisme dan kedekatan personal: Tim Prabowo-Gibran menonjolkan sisi humanis dari kandidat dengan berbagi konten yang menunjukkan kegiatan sehari-hari, interaksi dengan masyarakat, dan kegiatan sosial. Hal ini membantu membangun citra positif dan membuat kandidat terlihat lebih dekat dan *relatable* dengan pemilih.
- 6) Penggunaan *Influencer* dan Tokoh Publik dalam kampanye Prabowo-Gibran: tim kampanye juga melibatkan *influencer* dan tokoh publik untuk mendukung kampanye mereka. *Influencer* ini memiliki pengikut yang

besar dan dapat membantu memperluas jangkauan pesan kampanye serta meningkatkan kredibilitas dan daya tarik kandidat.

- 7) Kampanye digital yang terorganisir dengan baik dan konsisten dalam penyampaian pesan menjadi kunci sukses strategi komunikasi ini. Tim kampanye memastikan bahwa pesan yang disampaikan melalui Instagram selaras dengan tujuan dan visi-misi mereka, serta disajikan secara konsisten untuk membangun brand politik yang kuat.

Strategi komunikasi yang diusung oleh tim Prabowo-Gibran melalui Instagram berhasil meningkatkan partisipasi politik masyarakat dengan menggabungkan konten visual yang menarik, interaksi langsung dengan pengikut, personalisasi pesan, dan penggunaan fitur Instagram secara maksimal. Dengan pendekatan yang humanis dan dekat dengan pemilih, serta melibatkan influencer, mereka berhasil membangun hubungan yang kuat dengan audiens dan meningkatkan kesadaran serta partisipasi politik. Strategi ini menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam kampanye politik modern.