

Strategi Komunikasi Politik Dalam Pemenangan Prabowo-Gibran Pada Pemilu Presiden 2024

Oleh:

¹**Fransin Kontu, ²Stefanes Pesak**

^{1,2,3,4}Jurusian Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Musamus Merauke

Email: fransin@unmus.ac.id

Abstrak

Penelitian ini mengkaji strategi komunikasi politik pasangan Prabowo-Gibran dalam Pemilu Presiden 2024, dengan fokus pada pemanfaatan media sosial, pengelolaan citra publik, segmentasi audiens, serta respons terhadap isu-isu kritis. Menggunakan metode kualitatif deskriptif, penelitian ini menganalisis konten media sosial, artikel berita, dan literatur akademis untuk memahami pendekatan komunikasi pasangan Prabowo-Gibran ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Prabowo-Gibran menggunakan platform media sosial seperti Instagram, Twitter, dan YouTube untuk menyebarkan pesan kampanye dan terlibat langsung dengan pemilih, terutama generasi muda yang aktif di dunia digital. Citra pasangan ini dikembangkan dengan menonjolkan karakter ketegasan dan inovasi Prabowo sebagai figur berpengalaman, sementara Gibran membawa nilai-nilai muda yang modern dan progresif. Segmentasi audiens juga diimplementasikan melalui penyesuaian pesan sesuai dengan karakteristik demografis, sehingga pesan kampanye dapat lebih relevan. Selain itu, respons cepat terhadap isu-isu krisis membantu mempertahankan citra positif dan meningkatkan kepercayaan publik. Kesimpulannya, strategi komunikasi politik yang mengintegrasikan media digital, pengelolaan citra yang kuat, serta segmentasi audiens yang efektif dapat meningkatkan daya tarik pasangan Prabowo-Gibran di tengah persaingan politik yang ketat.

Kata kunci : Strategi Komunikasi Politik; Prabowo-Gibran; Pemilu Presiden 2024; Kampanye Politik

Abstract

This study examines the political communication strategy of the Prabowo-Gibran ticket in the 2024 Presidential Election, focusing on social media utilization, public image management, audience segmentation, and responses to critical issues. Using a descriptive qualitative method, this study analyzes social media content, news articles, and academic literature to understand their communication approach. The findings indicate that Prabowo-Gibran uses social media platforms such as Instagram, Twitter, and YouTube to spread campaign messages and engage directly with voters, especially the younger, digitally active generation. Their image is shaped by combining elements of firmness and innovation—Prabowo is portrayed as an experienced leader, while Gibran brings a modern and progressive youth appeal. Audience segmentation is implemented by tailoring messages to demographic characteristics, making campaign messages more relevant. Furthermore, quick responses to crisis issues help maintain a positive image and build public trust. In conclusion, a political communication strategy that integrates digital media, strong image management, and effective audience segmentation can enhance the appeal of the Prabowo-Gibran pair amid intense political competition.

Keywords: Political Communication Strategy; Prabowo-Gibran; 2024 Presidential Election; Political Campaign.

PENDAHULUAN

Pemilihan Umum Presiden 2024 di Indonesia menjadi salah satu peristiwa politik yang signifikan dalam menentukan arah bangsa selama lima tahun mendatang. Kontestasi ini bukan hanya persoalan memilih pemimpin, tetapi juga menjadi arena di mana strategi komunikasi politik berperan penting dalam menarik simpati publik dan membangun citra

kandidat di tengah masyarakat yang heterogen. Di antara calon yang mendapat sorotan luas adalah pasangan Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka. Sebagai sosok berpengalaman dalam dunia politik dan militer, Prabowo telah mencalonkan diri dalam beberapa pemilu sebelumnya, sementara Gibran, yang merupakan putra Presiden Joko Widodo, membawa identitas sebagai pemimpin muda yang inovatif dan memiliki hubungan langsung dengan pemerintahan saat ini. Kombinasi keduanya menyajikan narasi yang menarik sebagai representasi pengalaman dan semangat baru, yang diharapkan dapat menarik perhatian banyak kelompok pemilih.

Dalam pemilu ini, komunikasi politik memegang peran sentral dalam membentuk persepsi publik terhadap pasangan Prabowo-Gibran. Menurut McNair (2017), komunikasi politik mencakup proses di mana kandidat, partai politik, dan kelompok kepentingan menyampaikan pesan dan citra kepada publik, yang dapat membentuk opini dan perilaku politik masyarakat. Pada era digital seperti saat ini, komunikasi politik semakin kompleks dengan kehadiran berbagai platform media sosial yang memungkinkan kandidat berinteraksi langsung dengan pemilih tanpa perantara. Media sosial memberikan ruang bagi pasangan Prabowo-Gibran untuk menyampaikan visi, misi, serta program kerja mereka secara lebih efektif, sekaligus membangun hubungan emosional dengan masyarakat. Kehadiran media sosial juga mempermudah akses informasi dan memungkinkan kampanye menjangkau kelompok pemilih yang lebih luas, terutama kalangan muda yang cenderung aktif di platform digital.

Dalam konteks kampanye politik, komunikasi tidak hanya berperan sebagai media penyampai pesan, tetapi juga sebagai alat untuk membangun citra dan reputasi kandidat. Seperti yang diungkapkan oleh Cutlip et al. (2006), pencitraan kandidat adalah elemen penting dalam komunikasi politik, karena citra yang positif dapat meningkatkan elektabilitas dan memperkuat daya tarik kandidat di mata pemilih. Untuk pasangan Prabowo-Gibran, membangun citra yang kuat sebagai pasangan yang tegas dan inovatif adalah salah satu tantangan komunikasi politik yang harus mereka hadapi. Dengan latar belakang Prabowo yang dikenal sebagai figur tegas dan berpengalaman serta Gibran yang muda dan dianggap memiliki kedekatan dengan masyarakat, narasi komunikasi politik mereka harus dirancang untuk memperkuat citra ini di kalangan masyarakat luas.

Lebih lanjut, komunikasi politik dalam kampanye Prabowo-Gibran memerlukan segmentasi audiens yang tepat, mengingat masyarakat Indonesia yang beragam dalam hal usia, latar belakang sosial-ekonomi, dan wilayah geografis. Menurut Kotler dan Keller (2016), segmentasi audiens adalah langkah krusial dalam menyusun strategi komunikasi yang efektif, karena pesan kampanye harus disesuaikan dengan karakteristik, kebutuhan, dan preferensi setiap segmen pemilih. Bagi pasangan Prabowo-Gibran, segmentasi audiens ini berarti bahwa pesan yang disampaikan harus relevan dengan aspirasi kelompok pemilih muda, kelas pekerja, masyarakat pedesaan, serta kelompok lain yang memiliki kebutuhan dan harapan yang berbeda. Misalnya, bagi pemilih muda, mereka dapat memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan program-program inovatif, sementara bagi pemilih di pedesaan, strategi komunikasi yang lebih personal seperti kunjungan langsung dan dialog publik mungkin lebih efektif.

Dalam komunikasi politik, media sosial menjadi salah satu alat yang sangat efektif dalam menyebarkan pesan kampanye secara cepat dan luas. Media sosial tidak hanya menjadi sarana untuk menyampaikan pesan kampanye, tetapi juga sebagai alat untuk membangun keterlibatan langsung dengan pemilih (Meraz & Papacharissi, 2013). Dalam hal ini, pasangan Prabowo-Gibran dapat memanfaatkan platform seperti Instagram, Twitter, Facebook, dan YouTube untuk memperkuat citra mereka sebagai pasangan yang peduli dan

responsif terhadap isu-isu yang berkembang. Platform digital ini memungkinkan mereka untuk merespons pertanyaan, kritik, atau bahkan isu negatif secara langsung dan cepat, yang pada gilirannya dapat meningkatkan persepsi positif publik terhadap mereka.

Selain media sosial, media konvensional seperti televisi, radio, dan surat kabar tetap penting, terutama bagi segmen masyarakat yang tidak aktif di media sosial. Menurut McQuail (2010), media massa memiliki kemampuan untuk membentuk opini publik secara luas, terutama dalam hal penyebaran informasi politik. Dalam konteks ini, strategi komunikasi Prabowo-Gibran juga perlu mempertimbangkan integrasi antara media digital dan konvensional, agar pesan kampanye mereka dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat, dari perkotaan hingga pedesaan. Dengan mengombinasikan kedua jenis media ini, pasangan Prabowo-Gibran dapat menciptakan komunikasi yang komprehensif dan mampu menjangkau pemilih dari berbagai latar belakang.

Narasi yang disampaikan dalam kampanye juga harus mencerminkan isu-isu yang relevan dan menjadi perhatian masyarakat, seperti stabilitas ekonomi, ketenagakerjaan, kesehatan, pendidikan, dan infrastruktur. Dalam konteks ini, latar belakang Prabowo sebagai figur militer dapat digunakan untuk membangun narasi tentang ketegasan dan stabilitas, sementara Gibran yang muda dan inovatif dapat menawarkan perspektif yang segar dalam hal pembangunan ekonomi dan teknologi. Dengan demikian, pasangan Prabowo-Gibran dapat mengembangkan narasi yang menunjukkan bahwa mereka mampu menghadapi tantangan masa depan Indonesia. Sebagaimana dikemukakan oleh Graber (2014), narasi yang relevan dan berhubungan langsung dengan kepentingan masyarakat cenderung memiliki dampak yang lebih besar dalam membangun dukungan politik.

Pentingnya komunikasi krisis dalam strategi kampanye juga tidak boleh diabaikan, terutama dalam mengelola isu-isu sensitif atau kritik yang mungkin muncul selama masa kampanye. Dalam pemilu yang kompetitif, isu-isu kontroversial atau kritik terhadap kandidat sering kali muncul dan dapat mempengaruhi persepsi publik. Oleh karena itu, pasangan Prabowo-Gibran memerlukan tim komunikasi yang responsif dan proaktif dalam menghadapi tantangan ini. Menurut Benoit (1995), komunikasi krisis yang efektif dapat membantu kandidat mempertahankan citra positif di mata publik, meskipun menghadapi isu-isu negatif. Dengan mengelola krisis secara tepat, pasangan ini dapat menjaga reputasi mereka dan tetap fokus pada tujuan kampanye.

Dengan mempertimbangkan berbagai faktor tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi politik yang digunakan oleh pasangan Prabowo-Gibran dalam Pemilu Presiden 2024. Tulisan ini akan membahas aspek-aspek kunci dalam komunikasi politik mereka, termasuk penggunaan media sosial, pencitraan publik, segmentasi audiens, serta pengelolaan krisis dalam kampanye. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang bagaimana strategi komunikasi politik yang efektif dapat menjadi faktor penentu dalam memenangkan kontestasi politik di era digital. Selain itu, analisis ini juga akan memberikan gambaran tentang tantangan dan peluang yang dihadapi oleh pasangan Prabowo-Gibran dalam upaya mencapai kemenangan.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian yang berfokus pada analisis strategi komunikasi politik pasangan Prabowo-Gibran dalam Pemilu Presiden 2024, metode penelitian yang tepat digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis. Metode kualitatif dipilih karena bertujuan untuk memahami fenomena komunikasi politik secara mendalam dan mendeskripsikan strategi komunikasi yang digunakan oleh pasangan Prabowo-Gibran dalam kampanye politik mereka. Menurut Creswell (2014), pendekatan kualitatif efektif

dalam menelaah makna dan pola perilaku di dalam konteks tertentu, yang dalam hal ini adalah konteks kampanye politik di Indonesia. Pengumpulan data utama dilakukan melalui studi dokumen dan literatur yang relevan, termasuk artikel berita, laporan penelitian, kajian akademik, dan publikasi lainnya yang berkaitan dengan strategi komunikasi politik Prabowo-Gibran. Analisis literatur dari berbagai sumber media massa dan media sosial memberikan data yang kaya mengenai narasi, pesan kampanye, dan persepsi publik. Mengingat bahwa media sosial berperan penting dalam kampanye politik pasangan Prabowo-Gibran, data dari platform seperti Instagram, Twitter, dan YouTube dianalisis untuk memahami jenis konten yang dibagikan, frekuensi posting, interaksi dengan pemilih, dan pola komunikasi yang digunakan. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Content Analysis* untuk menelaah data yang diperoleh dari dokumen dan media sosial. Analisis isi memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi tema, pola, dan pesan utama yang disampaikan dalam strategi komunikasi politik Prabowo-Gibran (Krippendorff, 2018). Data dari media sosial dianalisis untuk mengidentifikasi kata kunci, gambar, dan simbol yang digunakan, serta bagaimana mereka memengaruhi persepsi publik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengidentifikasi beberapa aspek kunci dari strategi komunikasi politik yang digunakan oleh pasangan Prabowo-Gibran dalam kampanye Pemilu Presiden 2024. Strategi ini dibangun melalui pendekatan media sosial, pencitraan publik, segmentasi audiens, dan respons terhadap isu-isu politik. Pemanfaatan Media Sosial untuk Pencitraan dan Keterlibatan Publik Pasangan Prabowo-Gibran memanfaatkan platform seperti Instagram, Twitter, dan YouTube Pasangan Prabowo-Gibran sangat memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama dalam komunikasi politik mereka.

Media sosial menjadi alat yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya pemilih muda yang sangat bergantung pada *platform* digital untuk memperoleh informasi. Gibran, dengan karakteristiknya sebagai figur muda dan *digital savvy*, memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Twitter, dan TikTok untuk terhubung langsung dengan audiens. Konten yang dibagikan oleh Gibran cenderung lebih santai dan informal, sering kali melibatkan interaksi langsung dengan pengikutnya melalui sesi tanya jawab, *live streaming*, serta berbagi konten-konten yang bersifat inspiratif dan relevan dengan isu-isu kewirausahaan dan inovasi. Gibran juga aktif dalam memposting konten yang menyoroti kehidupan sehari-harinya, kegiatannya sebagai pengusaha muda, dan pandangannya tentang masa depan Indonesia. Ini menjadi strategi komunikasi yang efektif untuk menjangkau pemilih milenial dan Gen-Z yang lebih suka konten yang autentik dan personal. Menurut Lestari (2020), media sosial memungkinkan para calon pemimpin untuk tampil lebih manusiawi dan dekat dengan pemilih, yang pada gilirannya dapat menciptakan hubungan emosional yang lebih kuat dengan audiens.

Prabowo, di sisi lain, lebih sering menggunakan media sosial untuk memperkuat citranya sebagai pemimpin berpengalaman dan berwibawa. Pesan-pesan yang disampaikan melalui media sosial oleh Prabowo lebih bersifat formal dan serius, mencakup pidato-pidato politik, video yang menegaskan visinya untuk Indonesia, serta klarifikasi mengenai isu-isu kritis yang beredar. Hal ini sejalan dengan analisis Mulyana (2016) yang

mengungkapkan bahwa calon dengan pengalaman politik lebih cenderung menampilkan citra kepemimpinan yang lebih tegas dan otoritatif.

Selain itu, kedua tokoh ini juga menggunakan media sosial untuk merespons isu-isu yang berkembang secara cepat. Respons cepat terhadap masalah, baik yang berkaitan dengan politik maupun isu-isu sosial, menjadi bagian integral dari kampanye mereka. Ini menunjukkan pentingnya media sosial sebagai alat untuk mengelola komunikasi krisis, sebagaimana diungkapkan oleh Coombs (2019), yang menekankan bahwa komunikasi yang cepat dan transparan sangat penting dalam mempertahankan citra positif di tengah situasi krisis.

Citra Pasangan yang Menggabungkan Ketegasan dan Inovasi Dalam setiap pesan yang disampaikan, Prabowo-Gibran menggabungkan narasi yang menonjolkan ketegasan dan inovasi. Citra Prabowo sebagai sosok berpengalaman dan tangguh dipertahankan melalui berbagai unggahan di media massa dan media sosial, sementara Gibran membawa nuansa muda dan inovatif. Penggunaan narasi ini sesuai dengan teori komunikasi politik oleh Entman (2018), yang menyatakan bahwa framing atau pembingkaian dalam media politik dapat memperkuat persepsi publik sesuai dengan citra yang diinginkan kandidat. Kombinasi antara pengalaman Prabowo dan inovasi Gibran telah dirancang secara strategis untuk menarik dukungan dari berbagai segmen, termasuk masyarakat yang menginginkan perubahan sekaligus stabilitas.

Berdasarkan analisis terhadap konten kampanye, Prabowo-Gibran menerapkan segmentasi *audiens* untuk menyampaikan pesan yang relevan dengan karakteristik demografis tertentu. Pemilih muda, misalnya, lebih banyak disasar melalui media sosial dengan konten-konten yang mengedepankan isu inovasi, kewirausahaan, dan teknologi, yang disesuaikan dengan minat mereka (Kaplan, Haenlein, & Mason, 2018). Di sisi lain, segmen pemilih di pedesaan dan masyarakat kelas menengah bawah dicapai melalui pendekatan media konvensional, seperti televisi dan surat kabar, dengan pesan yang menyoroti stabilitas ekonomi dan peningkatan kesejahteraan. Pendekatan ini sesuai dengan temuan dari Blassnig et al. (2019), yang menyebutkan bahwa segmentasi audiens dapat meningkatkan efektivitas komunikasi politik melalui penyesuaian pesan kampanye sesuai dengan karakteristik segmen.

Sebagai pasangan yang mencalonkan diri dalam pemilu kompetitif, Prabowo-Gibran dihadapkan pada berbagai isu kontroversial, seperti kritik terhadap latar belakang politik Prabowo maupun dinasti politik Gibran. Dalam menghadapi kritik, strategi komunikasi mereka cenderung responsif, dengan mengedepankan klarifikasi yang cepat melalui media sosial atau media konferensi pers. Hal ini sesuai dengan teori respons krisis yang dikemukakan oleh Coombs (2019), yang menyatakan bahwa respons cepat terhadap isu krisis dapat membantu mempertahankan citra positif di mata publik. Dalam hal ini, pasangan Prabowo-Gibran terlihat berupaya mengatasi isu negatif dengan menampilkan aktivitas yang menunjukkan kedekatan mereka dengan masyarakat dan menekankan fokus mereka pada perbaikan bangsa.

Citra politik menjadi hal yang sangat penting dalam kampanye pemilu, terutama bagi

pasangan calon yang baru atau memiliki kontroversi tertentu. Prabowo, yang memiliki rekam jejak politik yang cukup panjang, harus menghadapi tantangan dalam membangun citra positif, terutama terkait dengan kontroversi masa lalunya. Salah satu strategi yang digunakan adalah framing atau pembingkaian pesan yang mengarah pada penguatan citra kepemimpinan yang tegas dan berwibawa.

Tim kampanye Prabowo-Gibran berusaha untuk mengalihkan perhatian publik dari isu-isu kontroversial tersebut dengan menonjolkan pencapaian dan pengalaman Prabowo dalam berbagai bidang, mulai dari politik hingga ekonomi. Mereka juga menekankan bahwa Prabowo adalah figur yang memiliki kemampuan untuk mengatasi tantangan besar yang dihadapi Indonesia, baik dalam hal ekonomi, politik, maupun keamanan. Sebagai bagian dari strategi ini, Prabowo sering tampil dalam acara-acara yang memberikan kesan kepemimpinan yang kuat, seperti debat publik dan pertemuan dengan tokoh-tokoh masyarakat.

Gibran, di sisi lain, berusaha membangun citra sebagai sosok muda yang berinovasi dan peduli terhadap isu-isu sosial. Dalam kampanye Gibran, banyak konten yang menggambarkan dirinya sebagai seorang pemimpin yang dekat dengan rakyat, peduli dengan masalah-masalah sosial, dan mendukung sektor-sektor yang dapat membawa perubahan nyata bagi masa depan Indonesia. Pendekatan ini sangat berhubungan dengan teori framing yang dikemukakan oleh Entman (2018), yang menyatakan bahwa pembingkaian pesan politik dapat membentuk persepsi publik terhadap kandidat. Hasil analisis di atas, terlihat bahwa strategi komunikasi politik Prabowo-Gibran memiliki beberapa komponen yang sesuai dengan teori komunikasi politik modern, terutama dalam konteks penggunaan media digital dan pengelolaan citra kandidat.

Penggunaan Media Sosial sebagai Platform Utama Komunikasi

Prabowo-Gibran menggunakan media sosial untuk mencapai pemilih muda dan mengelola persepsi publik dengan pendekatan langsung, yang sesuai dengan tren komunikasi politik digital. Pernyataan ini juga merujuk pada pendapat dari Chadwick dan Stromer-Galley (2016), yang menyatakan bahwa media sosial telah mengubah cara kandidat politik berinteraksi dengan para pemilih. Melalui media sosial, kandidat bisa lebih mudah terlibat dalam percakapan publik dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan pemilih, menciptakan kesan bahwa kandidat lebih terbuka dan mudah diakses. Strategi ini dikatakan efektif untuk membangun citra yang interaktif dan responsif, yang berarti pasangan Prabowo-Gibran dapat merespons berbagai isu atau kritik secara cepat. Hal ini penting dalam politik digital karena reputasi dan persepsi publik bisa berubah dengan cepat di media sosial, dan respons yang tepat waktu dapat memperkuat citra positif serta kepercayaan pemilih.

Citra sebagai Faktor Pembeda

Pasangan Prabowo-Gibran menonjolkan kombinasi citra pengalaman dan inovasi. Artinya, Prabowo dianggap memiliki pengalaman luas di bidang pemerintahan dan kepemimpinan, sementara Gibran mencerminkan gagasan baru dan inovatif sebagai generasi yang lebih muda. Dengan menonjolkan dua nilai ini secara bersamaan, pasangan ini ingin terlihat sebagai tim yang seimbang antara kematangan dan pembaruan. Teori

framing yang dikemukakan oleh Scheufele dan Tewksbury (2017) menyatakan bahwa cara sebuah pesan disusun dapat memengaruhi bagaimana orang memahaminya. Dalam konteks ini, strategi komunikasi Prabowo-Gibran membingkai pasangan ini sebagai simbol perubahan, tetapi tanpa mengorbankan stabilitas yang diharapkan publik dari seorang pemimpin. Dengan demikian, strategi ini diarahkan untuk menarik pemilih yang mendambakan pembaruan atau reformasi, namun tetap menginginkan keamanan dan kestabilan politik. Ini adalah upaya untuk menarik pemilih dengan memberikan kesan bahwa pasangan ini mampu menghadirkan solusi baru tanpa menimbulkan ketidakpastian.

Adaptasi Pesan Berdasarkan Segmentasi Audiens

Pendekatan segmentasi audiens membantu Prabowo-Gibran mengarahkan pesan kampanye secara lebih tepat sasaran. Segmentasi audiens adalah metode memisahkan kelompok pemilih menjadi segmen-semen yang lebih kecil berdasarkan karakteristik tertentu, seperti usia, lokasi, dan preferensi media. Dengan membagi audiens, Prabowo-Gibran dapat menyampaikan pesan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan minat setiap kelompok, sehingga lebih relevan dan menarik perhatian. Teori komunikasi pemasaran dari Chaffey & Smith (2017) mendukung pendekatan ini dengan menyatakan bahwa segmentasi memungkinkan kampanye menyampaikan pesan yang spesifik dan efisien. Artinya, pesan kampanye dapat difokuskan secara lebih efektif sesuai dengan ciri-ciri setiap segmen audiens, menghindari pendekatan yang terlalu umum. Dalam konteks politik, ini sangat penting karena audiens yang berbeda mungkin memiliki kekhawatiran, harapan, atau preferensi yang beragam. Melalui segmentasi, Prabowo-Gibran dapat memastikan bahwa pesan mereka tidak hanya didengar, tetapi juga dirasakan sebagai relevan oleh setiap kelompok pemilih.

Manajemen Krisis yang Responsif

Prabowo-Gibran menunjukkan respons cepat terhadap isu negatif selama kampanye, yang menggarisbawahi pentingnya komunikasi krisis. Komunikasi krisis adalah upaya untuk merespons masalah atau kritik yang dapat memengaruhi citra atau reputasi seseorang atau organisasi. Dalam konteks ini, Prabowo-Gibran menunjukkan respons cepat terhadap isu-isu negatif, yang berarti mereka aktif dalam merespons kritik atau gosip dengan segera untuk menghindari dampak buruk yang lebih luas. Menurut teori komunikasi krisis dari Coombs (2019), respons yang cepat dan proaktif dalam menangani isu dapat membantu menjaga citra positif kandidat. Dengan merespons secara langsung, mereka dapat mengontrol narasi, memberikan klarifikasi, dan memperkuat pesan positif yang mendukung visi dan misi mereka. Langkah ini membantu masyarakat tetap fokus pada tujuan dan rencana yang mereka tawarkan, serta mengurangi potensi dampak negatif dari isu yang beredar. Ini menunjukkan bahwa pasangan Prabowo-Gibran memahami pentingnya menangani persepsi publik secara hati-hati dan aktif, yang penting dalam kampanye politik untuk menjaga kepercayaan pemilih dan citra yang baik. Pendekatan komprehensif ini menunjukkan bahwa pasangan Prabowo-Gibran telah menerapkan strategi komunikasi yang adaptif dan responsif untuk membangun citra serta mengarahkan opini publik dalam konteks politik digital.

KESIMPULAN

Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi mereka dirancang untuk mencapai khalayak yang beragam dengan pendekatan yang relevan dan adaptif, sehingga memperkuat daya tarik pasangan ini di mata publik. Pertama, penggunaan media sosial sebagai platform utama komunikasi memainkan peran signifikan dalam kampanye pasangan ini. Melalui platform seperti Instagram, Twitter, dan YouTube, Prabowo-Gibran berhasil menyampaikan pesan kampanye secara langsung dan tanpa perantara, yang memungkinkan komunikasi yang lebih interaktif dengan para pemilih. Kehadiran aktif di media sosial memberi pasangan ini akses yang lebih dekat ke segmen pemilih muda yang semakin bergantung pada platform digital untuk mendapatkan informasi. Pendekatan ini sejalan dengan tren komunikasi politik modern yang menekankan pentingnya keterlibatan langsung antara kandidat dan publik melalui media digital. Kedua, citra yang dibangun oleh pasangan Prabowo-Gibran menggabungkan nilai ketegasan dan inovasi. Prabowo tampil sebagai figur berpengalaman dan tegas, sementara Gibran sebagai sosok muda yang inovatif dan dekat dengan generasi milenial dan Gen Z. Strategi ini berhasil menciptakan citra sebagai pasangan yang seimbang antara pengalaman dan pembaruan, yang diduga dapat menarik dukungan dari segmen pemilih yang menginginkan perubahan tetapi tetap menghargai stabilitas. Berdasarkan teori framing, citra ini membantu memperkuat persepsi positif publik terhadap pasangan tersebut, khususnya di tengah lanskap politik yang semakin kompetitif. Ketiga, pasangan ini juga menunjukkan kemampuan untuk menyesuaikan pesan sesuai dengan segmen audiens yang berbeda. Segmentasi audiens memungkinkan mereka untuk menyampaikan pesan yang relevan kepada kelompok tertentu, seperti pemilih muda dan pemilih pedesaan, melalui saluran komunikasi yang berbeda. Hal ini membuktikan bahwa strategi segmentasi audiens dapat meningkatkan efektivitas kampanye dengan menjangkau khalayak secara lebih tepat sasaran. Misalnya, pemilih muda lebih banyak disasar melalui konten-konten inovatif di media sosial, sedangkan segmen pedesaan lebih diakses melalui media konvensional seperti televisi. Selain itu, respons cepat pasangan Prabowo-Gibran terhadap isu-isu sensitif menunjukkan bahwa mereka memiliki strategi manajemen krisis yang kuat. Dalam menghadapi kritik yang dilontarkan selama kampanye, pasangan ini secara konsisten merespons dengan klarifikasi cepat dan mengalihkan fokus kembali pada visi dan misi mereka. Manajemen krisis ini membantu menjaga citra positif pasangan dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap komitmen mereka dalam memajukan bangsa. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik pasangan Prabowo-Gibran pada Pemilu Presiden 2024 menggabungkan elemen komunikasi digital, pengelolaan citra, segmentasi audiens, dan respons krisis yang cepat. Melalui pendekatan yang komprehensif dan adaptif, pasangan ini mampu menjangkau dan memengaruhi berbagai segmen pemilih di Indonesia. Penelitian ini menyarankan bahwa strategi komunikasi yang efektif dalam konteks politik saat ini perlu mengintegrasikan teknologi digital dengan pendekatan komunikasi yang responsif dan berbasis data untuk memastikan relevansi dan efektivitas pesan kampanye.

Saran utama bagi strategi komunikasi pasangan Prabowo-Gibran adalah mengoptimalkan pemanfaatan data dan analisis sentimen publik. Tim komunikasi sebaiknya menggunakan alat analisis data untuk memantau sentimen masyarakat di media

sosial secara real-time, sehingga mereka dapat mengantisipasi perubahan persepsi publik dan merespons isu dengan lebih cepat. Analisis ini juga bisa memberi wawasan untuk menyesuaikan pesan kampanye secara relevan. Selain itu, konten edukatif dan inklusif perlu diperbanyak agar kampanye tidak hanya menarik, tetapi juga memperkaya pemahaman publik mengenai program kerja mereka. Konten seperti infografik, video pendek, atau diskusi langsung (live) dapat memperluas jangkauan, terutama pada kelompok pemilih yang kritis dan skeptis. Diversifikasi platform digital juga penting untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Selain media sosial, penggunaan aplikasi kampanye khusus atau website interaktif bisa menjadi pilihan, memungkinkan publik mendapatkan informasi lebih mendalam tentang visi-misi dan program kerja Prabowo-Gibran secara langsung dan personal. Terakhir, tim komunikasi pasangan ini perlu membentuk tim manajemen krisis yang kuat. Dalam iklim politik yang cepat berubah, tim khusus yang mampu menangani dan merespons isu-isu negatif secara cepat sangatlah esensial untuk menjaga citra positif. Dengan pendekatan yang proaktif, pasangan ini dapat menunjukkan ketanggapan dan profesionalisme, yang akan memperkuat citra mereka sebagai pemimpin yang adaptif. Implementasi saran-saran ini diharapkan mampu meningkatkan efektivitas kampanye serta menambah daya tarik pasangan Prabowo-Gibran bagi pemilih.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Hamsiah. (2019). *Manajemen Keuangan Daerah Dalam Era Otonomi Daerah: Sebuah Kajian Teoritis dan Empiris* (Issue February).
- Arifin, Z. (2018). *Strategi Komunikasi Politik dan Media Sosial dalam Pemilu 2019*. Jakarta: Kencana.
- Atmaja, S. A. (2017). *Komunikasi Politik di Indonesia: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Benoit, W. L. (1995). *Accounts, excuses, and apologies: A theory of image restoration strategies*. Albany: State University of New York Press.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). *Effective Public Relations* (9th ed.). Pearson.
- Graber, D. A. (2014). *Media power in politics* (6th ed.). CQ Press.
- Hadi, S. (2019). *Komunikasi Massa dan Politik Digital*. Jakarta: Rajawali Press.
- Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (4th ed.). SAGE Publications.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Lestari, T. (2020). *Media Sosial dalam Kampanye Pemilu: Analisis Strategi Komunikasi Politik pada Pemilu Presiden 2019*. Bandung: Alfabeta.
- McNair, B. (2017). *An Introduction to Political Communication* (6th ed.). Routledge.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). Sage Publications.
- Meraz, S., & Papacharissi, Z. (2013). *Networked Gatekeeping and Networked Framing on #Egypt*. International Journal of Press/Politics, 18(2), 138-166.
- Purnomo, Y. (2020). *Strategi Pemenangan dalam Komunikasi Politik Pemilu*. Malang:

UMM Press.

Santoso, D., & Purnama, R. (2019). *Komunikasi Politik dalam Media Sosial: Studi Kasus Pemilu Presiden 2019*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Widodo, E. (2022). *Komunikasi Politik dan Digitalisasi dalam Pemilu Presiden 2024*. Semarang: Universitas Diponegoro Press.