

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemilu dipandang sebagai momen penting dalam kehidupan bernegara karena melibatkan partisipasi langsung masyarakat, yang memungkinkan mereka untuk menyalurkan aspirasi dan harapan dalam ranah politik. Pentingnya pemilu juga terletak pada fungsinya sebagai mekanisme sah dalam proses pergantian kekuasaan, baik individu maupun kelompok politik tertentu, tanpa harus menggunakan kekerasan atau cara-cara yang bertentangan dengan konstitusi. Dengan demikian, hasil pemilu mencerminkan pilihan mayoritas rakyat dan menjunjung tinggi prinsip keadilan serta sportivitas. (Wibowo, Wardhana, & Nurgiansyah, 2022).

Pemilihan presiden secara langsung baru terealisasi di Indonesia pada tahun 2004, menyusul amandemen UUD 1945 pada tahun 2002 yang mengatur tentang mekanisme pemilihan presiden dan wakil presiden melalui pemilihan umum yang melibatkan partisipasi langsung masyarakat. Era pemilihan presiden langsung ini membuka babak baru dalam politik elektoral Indonesia, di mana persaingan politik menjadi semakin ketat dan kandidat presiden harus mampu meraih dukungan rakyat secara masif melalui strategi komunikasi politik yang efektif serta positioning yang jelas di hadapan publik (Sistyawan, 2024).

Pemilihan Presiden (Pilpres) Tahun 2024 di Indonesia merupakan ajang supremasi politik yang sarat dengan signifikansi historis dan strategis, di mana masa depan arah pembangunan nasional untuk lima tahun yang akan datang dipertaruhkan. Pilpres, sebagai mekanisme demokrasi representatif, tidak hanya merupakan ajang seleksi pemimpin nasional, tetapi juga menjadi panggung akumulasi dan artikulasi kekuatan politik, ekonomi, serta budaya dalam rangka meraih legitimasi elektoral. Setiap kontestan dalam Pilpres harus mampu meramu strategi yang kompleks untuk mengintegrasikan beragam variabel politik yang memengaruhi preferensi pemilih, baik pada tingkat lokal maupun nasional. Dalam konteks ini, Prabowo Subianto, sebagai salah satu kandidat yang kembali mencalonkan diri pada Pilpres 2024, menghadapi tantangan yang

sangat besar dalam mengkonsolidasikan dukungan serta merancang strategi komunikasi dan positioning politik yang efektif (Muhammad, 2023).

Keberhasilan demokrasi khususnya dalam proses pemilu tidak terlepas dari peran strategis komunikasi politik. Dalam studi ilmu politik, komunikasi politik dapat dimaknai sebagai serangkaian usaha untuk membangun kesepakatan bersama, terutama dalam hal pembagian sumber daya kekuasaan (*power sharing*) maupun dalam merumuskan prosedur pembuatan kesepakatan itu sendiri. Perspektif ini lebih menitikberatkan pada aktivitas-aktivitas politik yang melibatkan interaksi antara aktor-aktor politik dalam upaya menciptakan konsensus (Nimmo, 2005).

Menurut Maswadi Rauf dalam karyanya “*Indonesia dan Komunikasi Politik*”, komunikasi politik dipahami sebagai aktivitas penyampaian pesan-pesan bernuansa politik dari aktor politik kepada pihak lain, baik individu maupun kelompok. Tujuan utamanya adalah untuk menciptakan pengaruh terhadap audiens sedemikian rupa sehingga isu atau topik yang disampaikan dapat menjadi acuan atau pegangan bagi kelompok masyarakat tertentu (Rauf & Nassrun, 1993).

Komunikasi politik merupakan instrumen fundamental dalam dinamika perebutan dan pengelolaan kekuasaan. Ia tidak hanya berfungsi sebagai alat pengaruh, tetapi juga sebagai medium artikulasi kepentingan kelompok-kelompok yang memiliki orientasi, nilai, pemikiran politik, maupun ideologi tertentu. Melalui komunikasi politik, para aktor politik berupaya memengaruhi opini publik untuk memperkuat posisi mereka dalam struktur kekuasaan yang ada, serta meraih legitimasi dan dukungan dari masyarakat luas (Heryanto & Rumar, 2013).

Sebagai sarana interaksi antara kandidat dan pemilih, komunikasi politik mencakup penyampaian pesan politik melalui berbagai media, seperti kampanye, debat publik, wawancara, dan media sosial. Melalui proses ini, kandidat tidak hanya menyampaikan visi dan misi, tetapi juga membangun kedekatan dengan masyarakat melalui narasi yang sesuai dengan nilai dan aspirasi publik (Falah, 2024). Di era digital, media sosial menjadi saluran yang semakin strategis karena mampu membentuk citra, kepercayaan, dan legitimasi

politik secara cepat dan luas. Dalam konteks ini, transformasi gaya komunikasi politik Prabowo Subianto pada Pilpres 2019 dan 2024 menjadi fenomena yang menarik untuk dikaji, khususnya dalam pemanfaatan media sosial sebagai strategi komunikasi politik.

Gaya komunikasi politik Prabowo Subianto dalam kontestasi Pemilihan Presiden 2019 memperlihatkan transformasi yang menarik dari segi strategi pencitraan dan pendekatan komunikasi terhadap publik. Berangkat dari citra lamanya yang dikenal keras, militeristik, dan penuh konfrontasi, Prabowo mencoba mengemas ulang identitas politiknya ke dalam sosok yang lebih merakyat, religius, dan nasionalis. (Muttaqin, Maulina, & Fadhlil, 2020).

Kekalahan Prabowo Subianto dalam Pemilihan Presiden 2019 menjadi titik penting dalam perjalanan politiknya. Setelah kontestasi politik yang berlangsung cukup kompetitif dengan Joko Widodo, Prabowo mengambil langkah politik yang mengejutkan publik dengan bergabung ke dalam Kabinet Indonesia Maju sebagai Menteri Pertahanan pada Oktober 2019 (Setkab, 2019). Perubahan posisi politik dari oposisi menjadi bagian dari pemerintahan tidak hanya mengubah perannya dalam sistem politik nasional, tetapi juga memengaruhi cara dirinya berkomunikasi di ruang publik. Sebagai pejabat negara, Prabowo dituntut untuk menampilkan komunikasi yang lebih kolaboratif, moderat, dan mengedepankan stabilitas politik dibandingkan pendekatan oposisi yang lebih konfrontatif pada periode sebelumnya.

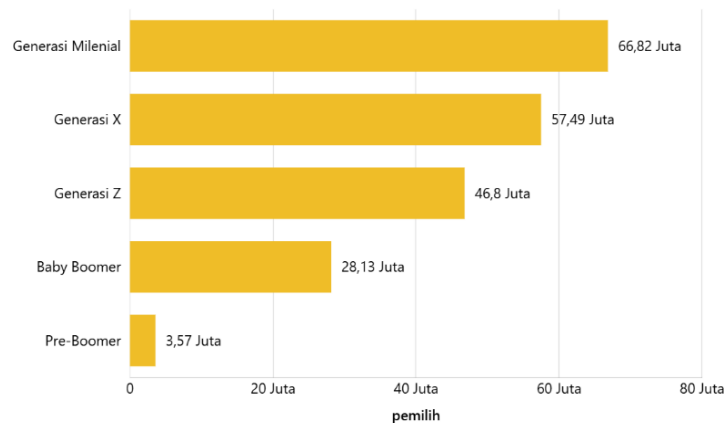
Perubahan posisi politik tersebut berlangsung bersamaan dengan meningkatnya pengaruh media digital dalam komunikasi politik Indonesia. Dalam periode 2020–2023, media sosial semakin menjadi arena utama pertarungan opini publik dan pembentukan citra politik. Kondisi ini mendorong aktor politik untuk tidak hanya menyampaikan pesan secara formal, tetapi juga membangun kedekatan emosional dengan masyarakat melalui komunikasi yang lebih interaktif dan personal (McNair, 2011).

Prabowo mulai menunjukkan penyesuaian dalam gaya komunikasinya melalui berbagai aktivitas publik, wawancara media, serta konten digital yang menampilkan sisi dirinya yang lebih santai dibandingkan periode sebelumnya. Proses adaptasi tersebut kemudian berkembang menjadi upaya rebranding

politik yang semakin terlihat menjelang Pemilihan Presiden 2024. Berbagai penampilan publik Prabowo mulai memperlihatkan citra yang lebih cair, komunikatif, dan dekat dengan masyarakat, khususnya generasi muda. Pergeseran ini tidak terjadi secara tiba-tiba, melainkan merupakan hasil dari proses penyesuaian yang berlangsung selama beberapa tahun setelah Pemilu 2019.

Transformasi komunikasi politik Prabowo Subianto juga terlihat dari upayanya membentuk citra baru melalui media sosial, khususnya Instagram. Namun, pemanfaatannya belum optimal sebagai sarana komunikasi personal dan interaktif. Dari analisis unggahan akun @Prabowo pada 10 Agustus–23 September 2018, sekitar 68,2% konten tidak menampilkan sisi pribadi, dan 31,8% tidak disertai caption, sehingga pesan politiknya tampak formal dan berjarak dengan publik (Alvin, 2019). Selain itu, gaya retorikanya juga cenderung non-konfrontatif, dengan hanya 4,5% unggahan berisi kritik yang bersifat implisit. Pendekatan ini menunjukkan upayanya menjaga citra sebagai negarawan berwibawa yang menghindari politik negatif dan berusaha tampil elegan di ruang digital.

Berbeda dengan gaya komunikasi politik Prabowo Subianto dalam Pemilu Presiden 2024, yang menunjukkan perubahan dibandingkan dengan pendekatan pada pemilu sebelumnya. Jika dahulu Prabowo dikenal dengan gaya komunikasi yang tegas, formal, bahkan cenderung militeristik, kini ia mulai menampilkan pendekatan yang lebih santai, inklusif, dan komunikatif, khususnya di hadapan publik dan generasi muda. Transformasi ini merupakan bagian dari strategi transisi dari citra militeristik ke citra politisi sipil, yang dilakukan secara sadar untuk menyesuaikan diri dengan kebutuhan komunikasi politik masa kini yang lebih bersifat dua arah dan humanis (Maqfirah, Husain, & Asriani, 2025) .



Gambar 1.1 Jumlah Pemilih Pemilu 2024 Berdasarkan Kelompok Usianya (Juli 2023) Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>

Berdasarkan Databoks Katadata (2023) yang mencatat bahwa mayoritas pemilih pada Pemilu 2024 berasal dari kelompok usia produktif, yaitu Gen Z (17–26 tahun) sebanyak 52% dan milenial (27–42 tahun) sekitar 33%. Dominasi pemilih muda yang melebihi 80% ini mendorong kandidat untuk menyesuaikan strategi komunikasinya dengan karakteristik generasi digital dan melekat dengan media sosial. Dalam konteks ini, transformasi gaya komunikasi politik Prabowo menjadi lebih populis, santai, humoris, dan interaktif dapat dipahami sebagai bentuk respons terhadap komposisi pemilih yang sangat didominasi oleh generasi muda, sehingga pendekatan komunikasi formal, militeristik, dan kaku yang digunakan pada 2019 menjadi tidak relevan di pemilu 2024.

Transformasi ini tampak jelas dalam berbagai interaksi publik Prabowo, termasuk ketika ia hadir di kanal YouTube Najwa Shihab dalam acara "*Capres Bicara Gagasan*" dan memperlihatkan gestur jenaka seperti berjoget, yang kemudian viral di media sosial. Aksi ini dinilai publik sebagai representasi dari gaya politik yang lebih cair, kasual, dan adaptif terhadap selera publik digital, khususnya Gen Z dan milenial. Komunikasi politik Prabowo yang kini lebih ekspresif dan *friendly* telah menjadi sarana efektif untuk memperbaiki citra dirinya di tengah kontroversi masa lalu, serta menjangkau pemilih yang lebih muda dan apatis terhadap politik formal (Bentiyan, 2024)

Melalui media sosial, pesan-pesan politik yang disampaikan tidak hanya berfokus pada isu-isu strategis, tetapi juga dikemas dalam format yang lebih menarik, interaktif, dan mudah diterima oleh berbagai kalangan, khususnya

generasi muda. Pendekatan ini memungkinkan Prabowo membangun citra sebagai figur pemersatu yang tetap tegas namun tidak kaku, sehingga mampu menyeimbangkan nilai stabilitas dengan keterbukaan terhadap perubahan. Gaya komunikasi politik Prabowo pada Pemilu 2024 dapat dipahami sebagai hasil adaptasi antara nilai-nilai lama seperti ketegasan, pengalaman, dan wibawa dengan nilai-nilai baru berupa humor, kedekatan, serta interaktivitas, yang pada akhirnya berhasil membingkai ulang citranya sebagai pemimpin yang kuat sekaligus lebih humanis dan relevan dengan tuntutan komunikasi politik di era digital (Kontu & Pesak, 2024)

Melihat perbandingan antara dua fase komunikasi politik Prabowo Subianto, baik pada tahun 2019 maupun 2024, tampak bahwa transformasi gaya komunikasi yang ditampilkan tidak sekadar mencerminkan pergeseran strategi kampanye, tetapi juga menunjukkan indikasi transformasi yang lebih substansial. Jika pada 2019 gaya komunikasinya masih bersifat formal, konvensional, dan minim sentuhan emosional, maka pada 2024 ia tampil lebih adaptif, komunikatif, dan responsif terhadap ekspektasi publik digital. Oleh karena itu, menarik untuk dikaji lebih lanjut apakah transformasi gaya komunikasi tersebut merupakan manuver strategis belaka, atau justru cerminan dari evolusi politik Prabowo yang lebih mendalam dan kontekstual terhadap perkembangan budaya komunikasi pemilih Indonesia.

Belum banyak penelitian yang secara komprehensif membandingkan secara mendalam terkait transformasi komunikasi politik Prabowo Subianto antara Pilpres 2019 dan 2024, khususnya dalam konteks bagaimana transisi dari gaya komunikasi militeristik menuju gaya yang lebih cair dan digital adaptif berlangsung secara strategis dalam menghadapi tantangan kontestasi elektoral modern. Selain itu, penelitian ini juga menghadirkan analisis yang mengintegrasikan dimensi simbolik, retorik, dan media sosial, sehingga memberikan pemahaman lebih utuh mengenai transformasi komunikasi politik Prabowo Subianto dalam menghadapi dinamika pemilih digital. Dengan demikian, penelitian ini mengisi kekosongan literatur dengan menghadirkan perspektif yang tidak hanya deskriptif, tetapi juga analitis-komparatif, terhadap

dua fase penting dalam perjalanan politik seorang tokoh nasional di era demokrasi digital

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalahnya dapat disusun sebagai berikut:

1. Bagaimana trsansformasi gaya komunikasi politik Prabowo Subianto dalam Pemilihan Presiden 2019 dan 2024?
2. Bagaimana transformasi strategi komunikasi politik Prabowo Subianto dalam Pemilihan Presiden 2019 dan 2024, khususnya melalui pemanfaatan media sosial?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitiannya dapat disusun sebagai berikut:

1. Untuk memahami transformasi gaya komunikasi politik yang diterapkan oleh Prabowo Subianto dalam Pemilihan Presiden tahun 2019 dan 2024.
2. Untuk memahami transformasi strategi komunikasi politik Prabowo Subianto dalam Pemilihan Presiden 2019 dan 2024, khususnya dalam pemanfaatan media sosial.

D. Kegunaan Penelitian

Ada beberapa hal dapat dipandang bermanfaat baik secara akademik maupun praktis, dengan mengangkat penelitian ini, di antaranya:

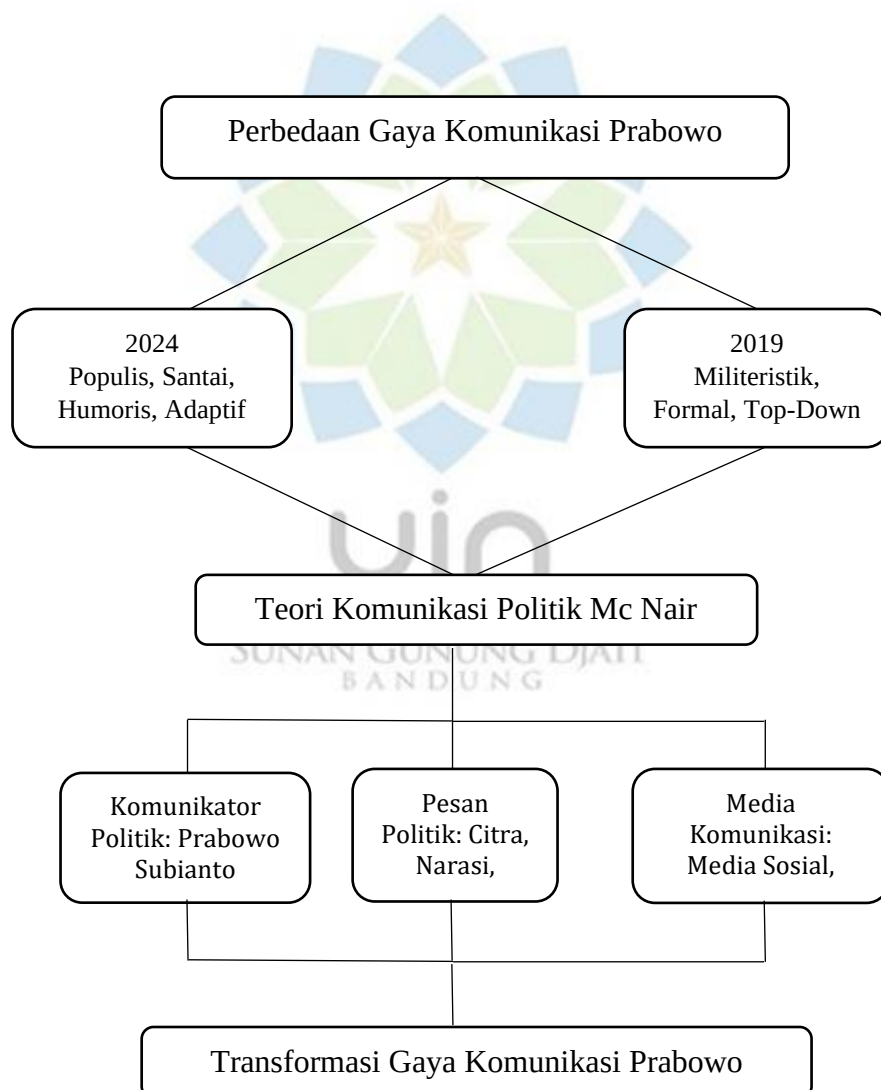
1. Kegunaan Akademis (Teoritis)

Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian ilmu politik, khususnya dalam ranah komunikasi politik elektoral di Indonesia. Penelitian ini memperkaya literatur mengenai dinamika transformasi gaya komunikasi politik tokoh nasional, khususnya Prabowo Subianto, dalam dua periode pemilu yang berbeda, serta relevansinya terhadap konteks sosial-politik dan budaya pemilih digital. Penelitian ini juga menguatkan aplikasi teori komunikasi politik modern, seperti yang dikemukakan oleh Brian McNair.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi praktisi politik, konsultan komunikasi, dan partai politik dalam merancang strategi komunikasi yang lebih adaptif, inklusif, dan efektif di era digital. Pemahaman tentang transformasi gaya komunikasi politik juga dapat membantu para kandidat politik untuk membangun citra yang sesuai dengan ekspektasi publik, khususnya pemilih muda dan pengguna media sosial.

E. Kerangka Berfikir



Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan alur kerangka berfikir diatas, penelitian ini dilandasi oleh urgensi untuk memahami bagaimana transformasi gaya komunikasi politik Prabowo Subianto mencerminkan adaptasi terhadap dinamika politik dan perkembangan teknologi komunikasi. Dalam konteks pemilu, komunikasi politik berperan penting tidak hanya sebagai sarana penyampaian visi, misi, dan program kerja kandidat, tetapi juga sebagai strategi membangun citra, memperkuat identitas politik, serta menciptakan relasi emosional dengan pemilih. Pada Pemilu 2019, Prabowo menampilkan gaya komunikasi yang formal dan militeristik, namun pendekatan ini kurang relevan dengan karakteristik publik yang semakin digital. Memasuki Pemilu 2024, gaya komunikasinya berubah signifikan menjadi lebih populis, santai, humoris, dan interaktif lebih menyesuaikan dengan dominasi generasi muda dalam komposisi pemilih serta kultur komunikasi media sosial yang lebih cair dan dialogis.

Kerangka berpikir penelitian ini menggambarkan transformasi gaya komunikasi politik Prabowo berdasarkan teori Brian McNair yang mencakup lima elemen: komunikator politik, pesan, media, audiens, dan efek. Prabowo diposisikan sebagai komunikator yang menyesuaikan gaya komunikasinya dengan audiens, khususnya pemilih muda di era digital. Transformasi ini menunjukkan pergeseran dari komunikasi konvensional ke pendekatan yang lebih partisipatif dan adaptif terhadap budaya komunikasi modern.