

Analisis Komunikasi Politik Prabowo Subianto Di Media Sosial Menjelang Kontestasi Pemilihan Presiden 2024

Agil Try Julianto Rizky¹, Elza Andio Harris², Zakariya Putra Soekarno³

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri
Surabaya

agil.23414@mhs.unesa.ac.id

Abstract

This article discusses the analysis of political communication by Prabowo Subianto on social media ahead of the 2024 Presidential Election in Indonesia. This highlights Prabowo's increasing image on social media platforms such as The article also mentions the role of social media in political communication and the potential for spreading misinformation and attacks on political figures. Prabowo's efforts to improve his image through various media activities were also discussed. As we know, Prabowo Subianto's track record in the election for President of the Republic of Indonesia has always been less than stellar due to the public's view of him. If people mention the name Prabowo Subianto, people tend to remember his past human rights sins. This is one of the reasons Prabowo Subianto has had little luck in winning people's hearts. Talking about today, as we can see on social media (X, TikTok, Instagram and Youtube) Prabowo Subianto's image has started to improve. This is proven by the many encouragements from young people on social media who have shown their support for Prabowo Subianto in the upcoming Indonesian Presidential Election. Hashtags The hashtags released by young people have become a drumbeat of support for Prabowo Subianto on social media. Indirect support was also shown by community figures. Starting from political figures, retired military personnel to ulama. Of course, with the right targets, recent media developments can become a bulwark to improve Prabowo Subianto's image which is already not good. With the encouragement of young people on social media, without us realizing it, Prabowo Subianto received a lot of appreciation and support to gain success in the 2024 Indonesian Presidential Election.

Keywords: *Prabowo Subianto; Social Media; Presidential Election.*

Abstract

Artikel ini membahas analisis komunikasi politik oleh Prabowo Subianto di media sosial menjelang Pemilihan Presiden 2024 di Indonesia. Ini menyoroti peningkatan citra Prabowo di platform media sosial seperti X, Tiktok, Instagram, dan Youtube, dengan hashtag seperti #KamiAkanSelaluDisini #AllinPrabowo, #PrabowoBentengNKRI, #InstallPrabowo mendapatkan dukungan. Artikel ini juga menyebutkan peran media sosial dalam komunikasi politik dan potensi penyebaran informasi yang salah dan serangan terhadap tokoh politik. Upaya Prabowo untuk meningkatkan citranya melalui berbagai kegiatan media juga dibahas. Seperti yang kita ketahui, *track record* Prabowo Subianto dalam pemilihan Presiden RI selalu kurang moncer dikarenakan pandangan masyarakat terhadapnya. Jika menyebut nama Prabowo Subianto, masyarakat cenderung mengingat dosa-dosa HAM di masa lalunya. Hal ini menjadi salah satu alasan Prabowo Subianto kurang beruntung dalam menggaet hati masyarakat. Berbicara tentang hari ini, seperti yang kita lihat di media sosial (X, TikTok, Instagram dan Youtube) citra Prabowo Subianto sudah mulai membaik. Hal ini dibuktikan dari banyaknya dorongan anak muda di media sosial yang sudah memperlihatkan dukungan terhadap Prabowo Subianto dalam Pemilihan Presiden RI mendatang. Tagar Tagar yang dikeluarkan anak muda menjadi genderang dukungan tersendiri bagi Prabowo Subianto di media sosial. Dukungan secara tidak langsung juga diperlihatkan oleh tokoh-tokoh masyarakat. Mulai dari tokoh politik, purnawirawan hingga ulama. Tentu, dengan sasaran yang tepat perkembangan media akhir-akhir ini dapat menjadi benteng untuk memperbaiki citra Prabowo Subianto yang sudah terlanjur kurang baik. Dengan adanya dorongan anak muda di media

sosial, tanpa kita sadari Prabowo Subianto mendapat banyak apresiasi dan dukungan untuk mendukung keberhasilan di Pemilihan Presiden RI 2024.

Kata Kunci: Prabowo Subianto; Sosial Media; Pemilihan Presiden

1. Pendahuluan

Komunikasi politik jika dilihat dari kegunaannya yaitu untuk menghubungkan pikiran politik yang hidup dalam masyarakat, baik intra golongan, institusi, asosiasi, ataupun sektor kehidupan politik pemerintah. Menurut Almond dan Powell, komunikasi politik adalah fungsi politik yang bersama-sama memiliki fungsi lain yaitu agregasi, artikulasi, rekrutmen, dan sosialisasi yang hadir dalam suatu sistem politik. Seiring berjalannya waktu dan masa, komunikasi politik sangat membutuhkan peran besar dari media sosial untuk menyalurkan pesan ke masyarakat secara mudah dan cepat. Media sosial sangat efektif menjadi sumber segala informasi bagi masyarakat untuk melihat perkembangan politik saat ini. Media sosial tak hanya sekedar memberi informasi atau pesan politik ke masyarakat, seringkali pemerintah menggunakan fasilitas media sosial itu sebagai citra diri secara tak langsung dalam mempertahankan opini publik.

Namun, media sosial dalam komunikasi politik juga mempunyai kekurangan salah satu contohnya adalah orang-orang jaman sekarang banyak sekali yang termakan berita hoax. Hal inilah yang bisa menyebabkan perpecahan di lingkungan masyarakat dan dapat merusak persatuan, dan dampak dari hal tersebut juga dapat menimbulkan peluang adanya serangan fitnah dari pihak lawan politik. Konten atau isu politik yang sedang viral sangat mampu menjadi senjata untuk menyerang pribadi maupun kelompok partai, kelemahan kelemahan inilah yang sangat harus diwaspadai oleh pribadi maupun kelompok. Karena dampaknya sangat dapat merugikan suatu partai politik yang sedang mengikuti pemilu.

Plus-minus ini secara langsung memberikan kontrol media sosial dalam komunikasi politik sebagai penghubung antara pemerintah dan rakyat. Acapkali media sosial digunakan sebagai propaganda, kampanye, maupun demonstrasi dari sang tokoh politik itu sendiri. Medium yang digunakan pun lebih beragam tak hanya sekedar banner atau baliho, *personal branding* (citra diri) dalam pengelolaan media sosial pribadi dari tokoh politik itu menjadi acuan pemilih di era sekarang. Mulai dari gaya pengelolaan *post*, *feeds*, *captions*, *story*, hingga *description*. Tentu dengan banyaknya ragam aktivitas komunikasi politik di media sosial juga bisa mengubah haluan dari komunikasi itu sendiri.

Dalam kasus ini kita mengambil contoh dari calon Presiden RI 2024 yaitu Prabowo Subianto, yang memiliki citra di masyarakat kurang baik dikarenakan masa lalunya. Namun Prabowo Subianto tidak hanya diam, Prabowo sendiri mengupayakan segala cara untuk nama kembali di pandang baik oleh masyarakat. Contohnya menghadiri acara acara podcast di youtube, mengisi acara sosialisasi di beberapa kampus di Indonesia yang mayoritas mahasiswa selalu update di media sosial (Instagram, youtube) yang bisa menggiring opini masyarakat Indonesia yang awalnya masih memandang Prabowo Subianto dari masa lalunya menjadi fakta Prabowo sekarang yang sudah menuai banyak pujian. Gerak gerik tubuh Prabowo yang mengundang tawa audiens kerap mengubah citra Prabowo itu sendiri, contoh nya seperti joget saat di channel content creator Najwa Shihab waktu menghadiri acara “Capres Bicara Gagasan”.

Saat itu Prabowo sangat mengundang tawa audiens karena tingkah lucu nya, hal ini menjadi viral hingga bahan bincangan hangat di Media Sosial dalam beberapa hari, dan memperbaiki citra kurang baik dari Prabowo. Dari kejadian tersebut kita tau bahwa komunikasi politik melalui media sosial sangat mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap politisi, pemerintah hingga pandangannya terhadap suatu partai. Namun masih banyak masyarakat yang kurang bijak dalam menggunakan media sosial itu tersendiri, contoh nya menyebar hoax terhadap pemerintah atau suatu partai yang dapat menguntungkan partai lain dalam pemilihan presiden RI 2024.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang kami gunakan adalah kualitatif dengan metode yang berfokus pada pengamatan yang mendalam. Metode ini kami pilih karena bertujuan untuk mencari informasi sedetail-detailnya. Semakin dalam data yang diperoleh, maka semakin bagus kualitas penelitian tersebut. Pada penelitian ini, kami melakukan pengumpulan data dari beragam media sosial (TikTok, Instagram, dan Youtube) yang berkaitan dengan Prabowo Subianto. Kami pilih karena ini merupakan

sumber utama yang akan dianalisis pada penelitian ini. Untuk unit analisis yang kami gunakan dalam penelitian ini adalah Prabowo Subianto. Kemudian untuk kategori analisis yang kami gunakan dalam penelitian ini adalah ragam aktivitas yang ada di media sosial meliputi gaya komunikasi politik di media sosial pribadi, komentar-komentar warganet, gerak-gerik pendukung Prabowo Subianto di media sosial hingga liputan berita yang membahas Prabowo Subianto. Tak bisa ditampik, cenderung kalem dan juga senantiasa bersahaja telah menjadi persepsi publik dari seorang Prabowo. Hasil penelitian inilah yang menunjukkan Prabowo Subianto memiliki gaya komunikasi politik yang berbeda dari tokoh politik lainnya. Dikarenakan karir militer melatarbelakanginya sebelum terjun di dunia politik. Hal ini merubah tutur, gaya, intonasi, pemilihan kata dalam berbicara dan juga ketika bertindak. Selain menganalisa ragam aktivitas di media sosial, kami juga menganalisa latar belakang, kehidupan militer dan politik hingga perjalanan Prabowo Subianto yang aral-melintang di pemerintahan dua dekade ini. Kami menganalisa menggunakan data yang telah kami kumpulkan dengan mengategorikan beberapa kategori yang telah kami kotak-kotakan. Setelah ini tentunya kami diskusikan dan kami olah sehingga menjadi sebuah artikel yang nantinya dapat memberikan informasi tambahan mengenai aktivitas komunikasi politik Prabowo Subianto di media sosial jelang kontestansi pemilihan presiden RI 2024.

3. Hasil dan Pembahasan

Berbicara tentang komunikasi politik tak lepas dengan media sosial karena memang punya peranan sangat penting di era pemilihan presiden. Hal ini dimanfaatkan oleh Prabowo Subianto sendiri. Siapa yang tidak kenal Prabowo Subianto? Salah satu bakal capres yang diusung oleh Koalisi Indonesia Maju (Gerindra, Golkar, PAN, Demokrat, PBB, PSI, Garuda, Gelora, Aceh, Berkarya, dan PRIMA) dalam gelaran kontestasi pemilihan presiden 2024. Dan sekarang masih menjabat sebagai Menteri Pertahanan ke-26 Kabinet Indonesia Maju di periode 2019 – 2024.

Pencitraan menjadi poin penting dalam komunikasi politik terlebih lagi di pemilihan presiden. Sebelumnya memang Prabowo Subianto memiliki citra yang kurang baik dalam pandangan masyarakat Indonesia. Tetapi dengan pemaksimalan media sosial yang sedemikian rupa akan menumbuhkan citra yang lebih baik terhadap Prabowo sendiri. Terlebih lagi dengan pernyataan yang sering Prabowo lontarkan baik di acara podcast, seminar, kajian dsb. selalu *relate* dengan kondisi dan keadaan Indonesia saat ini. Gerak-gerik tubuh Prabowo Subianto pun sering mengundang tawa terutama di kalangan anak muda era saat ini yang mayoritas menyukai hal-hal yang cenderung santai. Prabowo Subianto selalu menunjukkan ekspresi santai saat memberikan *speech*-nya di ranah publik yang memberi dampak positif atas tingkah lakunya. Tentu, latar belakang militer dan politik Prabowo Subianto sangat menarik untuk ditilik.

Latar Belakang

Prabowo Subianto lahir di Jakarta pada tanggal 17 Oktober 1951. Prabowo merupakan anak ketiga dan putra pertama dari ayahnya Soemitro Djojohadikusumo, orang asli Kebumen, Jawa Tengah dan ibunya Dora Soemitro yaitu seorang Protestan berdarah Minahasa, keturunan keluarga Maengkom di Langowan, Sulawesi Utara. Ayahnya adalah ekonom dan politikus Partai Sosialis Indonesia yang pada saat itu baru selesai menjabat sebagai Menteri Perindustrian di Kabinet Natsir; pada bulan April 1952, tak lama setelah kelahiran Prabowo, Soemitro diangkat kembali menjadi Menteri Keuangan di Kabinet Wilopo. Prabowo memiliki dua kakak perempuan yang bernama Biantiningsih Miderawati dan Maryani Ekowati; dan seorang adik laki-laki yang bernama Hasyim Djojohadikusumo.

Lahir di Jakarta, Prabowo menghabiskan masa kecilnya sebagai putra seorang ekonom yaitu Soemitro Djojohadikoesoemo dan tinggal di luar negeri bersama kedua orang tuanya selama bertahun-tahun. berkat pengalaman beliau yang tinggal di luar negeri, Prabowo handal berbagai bahasa contohnya yaitu bahasa Indonesia, Inggris, Belanda, dan Jerman. Ketertarikan Prabowo Subianto dalam dunia militer disebabkan oleh beberapa faktor salah satunya yaitu karena pamannya yang gugur dalam Pertempuran pada peristiwa Lengkong. Setelah lulus dari Akademi Militer pada tahun 1974 dengan pangkat letnan dua, ia diangkat menjadi salah satu komandan tempur termuda dalam sejarah militer saat memimpin operasi Tim Nanggala di Timor Timur. Karirnya semakin menanjak setelah diangkat sebagai Wakil Komandan Detasemen antiterorisme Komando Pasukan Khusus pada

tahun 1983. Pada tahun 1996, Prabowo diangkat menjadi panglima. Pada masa jabatannya, beliau memimpin beberapa operasi salah satu contohnya yaitu pembebasan sandera di Mapenduma. Ketika ayah mertuanya, Presiden Soeharto yang jatuh pada bulan Mei 1998, Prabowo menjabat sebagai Panglima Komando Cadangan Strategis.

Setelah keluar dari dunia militer, Prabowo sempat menghabiskan waktu di salah satu negara timur tengah yaitu Yordania dan di beberapa negara Eropa. Sekembalinya beliau ke Indonesia, ia memulai bisnis, mengikuti jejak sang adik Hashim Djojohadikusumo yang merupakan konglomerat. Operasional Bisnis Prabowo meliputi setidaknya mempunyai kurang lebih 27 perusahaan yang bergerak di beberapa sektor. Pada tahun 2008, ia mendirikan bersama adiknya Hashim Djojohadikusumo, mantan aktivis mahasiswa Fadli Zon dan mantan Deputi V Badan penggerak Intelijen Negara Bidang Penggalangan Muchdi Purwoprandjono antara lain Partai Gerakan Indonesia Raya atau Partai Gerindra. Beliau merupakan Ketua Dewan Pengurus Dewan Pimpinan Pusat (DPP). Selain itu, beliau juga pernah menjabat sebagai ketua Himpunan Kerukunan Tani Indonesia (HKTI) pada periode 2004 hingga 2009. Selain itu, Prabowo juga mendirikan sejumlah organisasi kemasyarakatan seperti Ikatan Tani Indonesia dan Ikatan Pedagang Pasar Tradisional Indonesia. Di bidang olahraga, Prabowo Subianto juga aktif dalam organisasi Persatuan Pencak Silat Indonesia dan Federasi Pencak Silat Internasional.

Karir politik Prabowo Subianto pada pemilu presiden dinilai kurang sukses, Prabowo memulai kembali karir politiknya dengan mencalonkan diri sebagai calon presiden dari Partai Golkar pada Konferensi Calon Presiden Golkar tahun 2004. Meski berhasil sampai babak final, namun Prabowo malah terjebak di tengah jalan. Prabowo kalah suara dari lawannya yaitu Wiranto. Pada tahun 2009, ia kembali mencalonkan diri bersama Megawati Soekarnoputri dengan slogan Mega- Pro, namun kalah suara dari Susilo Bambang Yudhoyono & Boediono. Pada tahun 2014, ia kembali mencalonkan diri melawan Hatta Rajasa namun kalah dengan perolehan suara 46,85%. Dan terakhir, pada tahun 2019, Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno dari Koalisi Indonesia Adil Makmur Indonesia kalah dengan perolehan suara 44,5%.

Selain semua kekalahan Prabowo Subianto melawan Ir. Joko Widodo, Prabowo kerap disebut sebagai “Orang yang Paling Ikhlas di Indonesia” setelah dilantik sebagai Menteri Pertahanan (Menhan) oleh Presiden Republik Indonesia Ir. Joko Widodo pada tanggal 23 Oktober 2019 menjadi kabinet Indonesia Maju Masa Jabatan 2019-2024. Prabowo dinilai orang paling ikhlas di Indonesia atas usaha Beliau yang tak pernah mundur dari lawannya yakni Ir. Joko Widodo diajeng pemilihan presiden RI dari tahun periode 2014-2019 dan 2019-2024. Jelang pemilihan presiden mendatang, banyak yang menilai rivalitas antara Prabowo Subianto dan Ir. Joko Widodo tak akan membaik karena Prabowo sudah kalah dua kali kalah oleh lawannya. Di sisi lain, kecurigaan opini publik terhadap hubungan kedua lawan itu salah total, justru Prabowo Subianto malah dilantik Ir. Joko Widodo yang saat itu menjabat sebagai presiden RI di masa jabatan 2019-2024 sebagai Menteri Pertahanan (Menhan) dalam kabinet Indonesia Maju. Pada saat itulah Prabowo Subianto di tuai banyak pujian dan respek dari masyarakat Indonesia karena keikhlasannya dalam menjabat saat itu bahkan sampai sekarang ini.

Gaya Komunikasi Politik seorang Prabowo Subianto

Disadur dari Kompas.co.id., Pengamat politik dari UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Adi Prayitno mengatakan Ketua Umum Partai Gerindra Prabowo Subianto sedang melakukan transisi politik terkait sikapnya dan kini bersikap lebih terbuka. Adi menilai Prabowo ingin mengubah citra politiknya, dari yang tadinya dikenal karena berlatar belakang militer, menjadi politisi sipil. Masyarakat sudah lama menganggap Prabowo sebagai sosok yang sulit didekati, tidak dapat disentuh, dan terlihat sangat sulit untuk diajak berkomunikasi. Belakangan ini, Prabowo tampak sangat mudah didekati, ramah, dan nyaman berada di dekat kelompok media dan pembuat konten. Menurut Adi, apa yang dilakukan Prabowo saat ini belum pernah ia lakukan sebelumnya. Adi menilai, Prabowo ingin mengubah gaya politiknya secara perlahan agar bisa seperti politisi sipil lainnya.

Adi menilai upaya yang dilakukan Prabowo merupakan salah satu bentuk upayanya menyikapi ceruk Generasi Z dan pemilih baru untuk meraih suara berarti di Pilpres 2024

mendatang. Adi menambahkan. Hal ini bertujuan untuk mendekatkan diri dengan pemilih, misalnya dengan rutin aktif di media sosial. Dimasukkannya media sosial adalah bagian dari pendekatan yang diadopsi untuk mendapatkan lebih banyak simpati dan dukungan.

Prabowo juga kerap terlihat di beberapa acara yang digelar oleh generasi milenial dan generasi Z, seperti kehadiran Prabowo di pembukaan restoran Rumah Makan Nasi Padang milik Juragan 99. Bahkan, Prabowo mengundang para influencer muda seperti Arief Muhammad untuk datang keacara tersebut. Selain itu, kehadiran Prabowo di acara Mata Najwa yang diundang langsung oleh Najwa Shihab juga menjadi bukti kedekatan Prabowo dengan generasi Milenial dan generasi Z.

Apa yang dilakukan Prabowo belakangan ini memang menarik perhatian anak muda. Prabowo kini lebih terbuka dan inklusif terhadap generasi muda dibandingkan sebelumnya, yang hanya berada di kelompok yang satu generasi dengannya. Cara ini berdampak sangat positif terhadap elektabilitas Prabowo. Berdasarkan data survei terbaru yang dirilis Lembaga Survei Indonesia (LSI) pada tanggal 1 hingga 8 Juli 2023, dalam simulasi wawancara, Prabowo Subianto meraih hasil tertinggi sebanyak 35,8 % dari wawancara tiga calon presiden. Kemudian jika dititik lebih jauh, Prabowo Subianto memimpin di kalangan pemilih berusia 22 hingga 24 tahun dengan jumlah pemilih 39.1%, Ganjar 24.7 % dan Anies 28.2 % dan di kalangan pemilih berusia 26 hingga 40 tahun Prabowo unggul 39.5%.

Direktur Utama Badan Survei and Polling Indonesia (SPIN) Igor Dirgantara mengatakan, generasi milenial dan generasi Z merupakan penyumbang terbesar pada Pilpres 2024 mendatang. ini adalah kandidat yang sangat dinamis bagi Prabowo Subianto jika dilihat dalam perspektif pemilihan presiden 2024 mendatang. Kalangan muda pun ramai ramai menciptakan tren di media sosial dengan tagar #AllinPrabowo, dan ternyata tagar tersebut membuat warganet tertarik untuk mengikuti membuat tren #AllinPrabowo, khususnya anak muda yang merupakan pengguna aktif jejaring sosial. Dampak dari tren tersebut adalah viralnya citra baik dari Prabowo Subianto sehingga menjadikan Prabowo Subianto dikenal oleh seluruh warganet dan pengguna internet maupun sosial media. Dari rasa penasarannya tersebut, ia pun tertarik dan setelah tertarik, netizen dan warganet akan memilih Prabowo Subianto di ajang pemilihan presiden RI 2024 mendatang.

Tentu ini menjadi kabar baik bagi Prabowo Subianto karena ia telah menginspirasi generasi muda tentunya di media sosial, jika dibandingkan dengan Ganjar Pranowo yang beberapa waktu lalu di tuding menjadi dalang kegagalan Indonesia menjadi tuan rumah di ajang Piala Dunia U-20. Tidak dapat dipungkiri bahwa sepak bola merupakan olahraga yang paling digemari di kalangan generasi muda di Indonesia. Hal ini menyebabkan Ganjar Pranowo mendapat cibiran dan hinaan, sehingga membuat image Ganjar Pranowo yang dianggap sangat terkenal oleh masyarakat Indonesia menjadi sangat kurang baik di mata masyarakat, sehingga banyak masyarakat yang secara terang terangan menyatakannya di media sosial untuk tidak mendukung Ganjar Pranowo di ajang pemilihan presiden RI 2024 yang akan datang. Dilihat dari viralnya media sosial, Hal ini menyebabkan banyak yang lebih mendukung Prabowo Subianto dibandingkan Ganjar Pranowo.

Pun dengan lawannya yang lain, Anies Baswedan yang kerap kali bermasalah dengan tutur bicaranya. Banyak juga yang membandingkan pasangan Anies dengan pasangan yang terkait erat dengan politik identitas “muslim” mereka. Anies cenderung menggunakan pola komunikasi yang sangat kontekstual dan dianggap sebagai motivator dalam kancah politik. Sayangnya, sangat sedikit komunitas kecil yang memahami gaya komunikasi yang sangat kontekstual ini. Apalagi jika disajikan dengan bahasa-bahasa yang tidak realistis, inilah yang menjadi salah satu kelemahan Anies.

Ragam Aktivitas Media Sosial Tentang Prabowo Subianto

Prabowo Subianto telah mengumumkan niatnya untuk kembali mencalonkan diri pada Pilpres 2024. Di media sosial, pernyataan Ketua Umum Partai Gerindra ini kurang mendapat perhatian warganet. Jika tim kampanye Prabowo serius untuk kembali bersaing di Pilpres 2024, maka perlu

menyusun strategi yang kuat di era pemilu digital saat ini.

Tagar #WeAlwaysWereHere menjadi beken di akun media sosial pendukung Prabowo Subianto, terutama saat kampanye presiden. Ungkapan hastag ini menunjukkan kuatnya loyalitas politik para pendukung Prabowo. Keputusan Prabowo untuk maju kembali sebagai calon presiden diumumkan pada Rapat Pimpinan Nasional Partai Gerindra (Rapimnas) yang digelar pada 13 Agustus 2022 di Sentul International Conference Center di Bogor, Jawa Barat.

Berdasarkan pantauan media sosial, kiprah Prabowo sebagai Menteri Pertahanan RI lebih penting dibandingkan kiprahnya di Partai Gerindra. Selain akun media sosial Partai Gerindra, akun Kementerian Pertahanan RI (@Kemhan_RI) juga berperan penting dalam menyoroti aksi dan foto Prabowo sebagai Menteri Pertahanan RI, serta citranya di media sosial. Setiap kunjungan, setiap pertemuan penting, setiap keikutsertaan dalam event internasional, hingga ucapan-ucapan Prabowo menjadi konten yang rutin dibagikan Kementerian Pertahanan RI di berbagai akun media sosialnya.

Menarik sekali untuk memetakan sumber perdebatan mengenai Prabowo Subianto. Melihat pangsa jenis media Talkwalker, 58,9% berasal dari X, dan share tertinggi kedua, 26,1%, berasal dari situs atau situs berita online. 15% sisanya berasal dari situs berita tidak resmi, YouTube, dan platform digital lainnya. Hal ini berbeda dengan politisi lainnya. Karena X biasanya tidak memonopoli sumber pembicaraan tentang politisi. Artinya, media sosial masih belum menjadi platform dukungan dan advokasi bagi pendukung Prabowo. Seperti telah disinggung sebelumnya, @Kemhan_RI dan @Gerindra merupakan dua akun X yang berkontribusi besar dalam memperbaiki citra Prabowo. Di balik akun Partai Gerindra terdapat puluhan akun aktif Dewan Perwakilan Rakyat (DPC) Partai Gerindra yang rutin mengunggah konten bergambar Prabowo. Akun DPC Gerindra tampak mendukung Prabowo di Pilpres 2024 dengan mengunggah pernyataan dukungan, apalagi sudah cukup lama di tahun ini. Namun demikian hingga saat ini, belum ada relawan, pendukung, atau akun kelompok (selain akun bot) yang dapat secara rutin dan aktif mendukung Prabowo. Ironisnya, akun-akun relawan yang dulu ada justru seolah tak lagi beredar sejak kekalahan pasangan Prabowo-Sandi pada Pilpres 2019.

Tampaknya data ini memberikan gambaran menarik tentang perdebatan seputar Prabowo Subianto. Dengan mayoritas sumber perdebatan berasal dari X dan situs berita online, bisa jadi Prabowo memiliki tantangan dalam memanfaatkan media sosial sebagai platform dukungan. @Kemhan_RI dan @Gerindra tampaknya berperan penting dalam memperbaiki citra Prabowo. Namun, kurangnya relawan aktif sejak Pilpres 2019 bisa menjadi tantangan dalam upaya pendukung Prabowo untuk Pilpres 2024.

Pertanyaannya, mengapa gerakan pro-Prabowo di media sosial cenderung bungkam? Salah satu faktor utamanya adalah kepasifan dan kekosongan komunikasi massa yang dilakukan Prabowo di media sosial. Bahkan, di akun media sosial lain, seperti Facebook dan Instagram, akun resmi Prabowo tampak lebih “dipertahankan”. Kedua akun di kedua platform media sosial tersebut terakhir kali mengunggah konten terkait Rapimnas Gerindra 2022 dan mendapat banyak reaksi (like, comment, share) dari para pendukungnya. Tentu saja, di dua akun tersebut, aktivitas Prabowo sebagai Menteri Pertahanan dan Ketua Gerindra lebih banyak diposting online di X atau platform media sosial lainnya.

Citra Menteri Pertahanan yang gagah, rendah hati, dan menjalankan tugasnya menjadi kesan kuat yang disampaikan melalui konten tersebut. Di akun Facebook Prabowo, konten-konten yang diposting lebih banyak menampilkan sisi dari Prabowo yang aktif di gerakan Partai Gerindra. Di akun Instagram-nya, kehidupan pribadi dan aktivitasnya sebagai Menteri Pertahanan banyak diposting secara daring.

Prabowo Subianto seringkali melakukan kampanye kecil-kecilan di media sosial dengan berpartisipasi dalam lokakarya sekolah dan beberapa wawancara media sosial untuk pembuat konten lokal. Dengan hadir atau mengikuti acara tersebut, Prabowo Subianto kerap melontarkan pernyataan-pernyataan yang sangat relevan dengan situasi Indonesia saat ini sehingga menarik perhatian masyarakat Indonesia. Sementara itu, ucapan Prabowo Subianto di Konvensi Bacapres mendapat banyak pujian dari masyarakat. “Yang saya coret hanya nama-nama orang koruptor,” ujarnya di channel kreator konten

Najwa Shihab yang langsung menuai pujian masyarakat Indonesia.

Beberapa jajak pendapat elektabilitas calon presiden 2024 menunjukkan nama Prabowo punya potensi elektoral yang kuat di kalangan pendukung setianya. Namun, dalam iklim politik saat ini, tindakan regional saja tidaklah cukup. Kampanye media sosial penting untuk dilakukan karena cerita karakter dapat muncul. Terkait kampanye di media sosial, Partai Gerindra perlu menanggapi gerakan ini dengan serius karena kemungkinan besar partai ini mempunyai basis pendukung di media sosial. Namun, strategi ini perlu dievaluasi karena X juga dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap isu tersebut dan memicu gerakan sosial selama periode ini.

Meskipun loyalitas pendukung Gerindra dan Prabowo Subianto adalah aset mereka yang paling penting, tim pemenangan juga perlu mempertimbangkan pemilih baru dan pemilih yang masih belum aktif. Secara teori, kedua kelompok pemilih ini fokus pada generasi muda yang kini melek teknologi. Misalnya, Citayam Fashion Week tidak akan sepopuler sebelumnya tanpa tingginya diskusi seputar X dan TikTok.

Soal peluangnya memenangkan Pilpres 2024, sosok Prabowo yang akrab di telinga banyak masyarakat Indonesia tentu masih menjadi tanda tanya. Ketangguhan Prabowo Subianto akan terlihat jelas saat ia resmi mencalonkan diri sebagai presiden untuk keempat kalinya. Ia sebelumnya pernah mencalonkan diri melawan Megawati Soekarnoputri sebagai calon wakil presiden pada tahun 2009, dan melawan Joko Widodo sebagai calon presiden pada tahun 2014 dan 2019.

Selain itu, pertanyaan tidak langsung mengenai kepemimpinan dan kepemimpinan pengurus partai sesekali muncul di media sosial. Tentu hal ini harus disikapi dengan opini yang menguatkan dan mempersatukan tim pemenangan Prabowo Subianto. Media sosial adalah cara alternatif untuk membangun komunikasi dan meningkatkan cara untuk menghadapi berita dan isu negatif.

Fenomena ini sendiri menjadi tantangan, setidaknya bagi Gerindra. Pasalnya, Prabowo akan berusia 74 tahun pada Pilpres 2024. Hal ini tidak menutup kemungkinan terjadinya permasalahan terkait rekonstruksi karakter. Tentu saja permasalahan ini juga terjadi pada partai politik besar lainnya yang cenderung hanya fokus pada satu nomor saja.

4. Kesimpulan

Dari hasil yang telah dibahas pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa, komunikasi politik di Sosial Media merupakan sebuah hal yang sangat penting untuk kita ketahui. Komunikasi politik sendiri dapat diartikan sebagai bentuk kegiatan penyampaian pesan yang bermuatan informasi politik dari suatu sumber kepada sejumlah penerima pesan. Mendekatnya pilpres 2024 menjadikan media sosial wadah yang efektif untuk penyampaian pesan secara cepat dan mudah. Dari media sosial masyarakat Indonesia dengan mudah mencari, menerima, bahkan menyatakan informasi. Masyarakat juga dapat mengutarakan keluh kesah mereka terhadap politik di Indonesia dengan mudah di sosial media tersebut.

Dari hasil penelitian kami dapat disimpulkan media sosial berpengaruh terhadap komunikasi politik politisi itu sendiri. Terlebih khusus untuk menimbulkan citra positif di masyarakat. Dalam contoh kami mengambil sampel Politisi Senior dan juga seorang Purnawirawan, Prabowo Subianto. Adanya media sosial tak selalu membantu banyak pihak dalam menyalurkan komunikasi politik, ada juga efek samping dari media sosial yaitu mudahnya menyebar hoax atau berita palsu tentang calon presiden RI 2024, Prabowo Subianto. Warganet dengan gampang mencari, mengolah sendiri informasi, dan memvalidasi berita hoax ataupun ujaran kebencian terhadap Prabowo Subianto. Jika tak dibarengi dengan pembatasan seminimal mungkin, tentu ini bisa mempengaruhi elektabilitas dari seorang bacapres sendiri.

Jadi dengan adanya sosial media, kita harus hati hati dalam menerima pesan atau berita berita yang beredar, tak sedikit masyarakat yang langsung menelan mentah mentah berita yang didapatnya tanpa mencari kebenaran ataupun sumber dari pesan informasi tersebut. Peran media sosial memang saat ini sangat penting bagi siapapun, mulai dari menyampaikan komunikasi politik, pesan politisi,

kampanye, pencitraan politik, demo, dan masih banyak lagi. Namun peran media sosial juga memiliki efek samping yang sangat mengerikan bagi masyarakat Indonesia terutama anak dibawah umur yang sudah difasilitasi orang tua mereka sebuah gadget dan masyarakat yang belum bisa mengoperasikan sosial media dengan cara yang baik dan benar.

Daftar Pustaka

- [1] Alvin, S. (2019). Manajemen Citra Politik Prabowo Subianto Dan Sandiaga Uno Melalui Akun@PrabowoDan@Sandiuno. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 13(2).
- [2] Fitri, A. (2015). Dramaturgi: Pencitraan Prabowo Subianto di Media Sosial Twitter Menjelang Pemilihan Presiden 2014. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 101-108.
- [3] Azizah, S. N., & Rustono, R. (2020). Tuturan Ilokusi dalam Wacana Pidato Kampanye Prabowo Subianto pada Pemilu 2019. *Jurnal Sastra Indonesia*, 9(2), 144-150.
- [4] Ferlien, Y., & Rumaf, N. (2020). Analisis Pidato Prabowo Subianto dalam Perspektif Analisis Wacana Kritis. *FRASA: Jurnal Keilmuan, Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 1(2), 100-120.
- [5] Uni, S. (2019). Penggunaan Instagram Sebagai Media Kampanye Dalam Melakukan Strategi Komunikasi Politik Dari Pasangan Prabowo Subianto Dan Sandiaga Uno. UIN Raden Fatah Palembang.
- [6] Herpamudji, D. H. (2015). Strategi Kampanye Politik Prabowo-Hattadan Perang Pencitraan Di Media Massa Dalam Pemilu Presiden 2014. *Politika: Jurnal Ilmu Politik*, 6(1), 13-24.
- [7] Firdaus, U. M. ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PRABOWO SUBIANTO DALAM KAMPANYE POLITIK DI INDONESIA.
- [8] Wahyingsih, E., Unde, A. A., & Akbar, M. (2023). Analisis Komunikasi Politik dalam Proses Pemenangan Prabowo-Sandi di Kota Makassar pada Tahun 2019. *JIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(9), 7067-7078.
- [9] PERBAWA, A. (2015). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN POLITIK OLEH TIM MEDIA DAN KOMUNIKASI PRABOWO SUBIANTO (Studi Kasus Personal Branding Prabowo Subianto dalam Pemilihan Umum 2014) (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta-Menteng).
- [10] BINGARRAYNI, E. (2021). ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN POLITIK DIGITAL (Studi Neuroscience dalam Kampanye Prabowo Subianto di Facebook pada Pemilu 2019) (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta).