



ANALISIS STRATEGI TRANSFORMASI IMAGE POLITIK PRABOWO SUBIANTO PADA PILPRES 2024

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Politik

Nama : Hitana Mushthafa Agraprana

NIM : 2010413132



**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA**



**ANALISIS STRATEGI TRANSFORMASI IMAGE POLITIK PRABOWO
SUBIANTO PADA PILPRES 2024**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

HITANA MUSHTHAFA AGRAPRANA

2010413132

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU POLITIK

TAHUN 2024

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Hitana Mushthafa Agraprana
NIM : 2010413132
Program Studi : Ilmu Politik

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 9 Juli 2024

Yang menyatakan,



(Hitana Mushthafa Agraprana)

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Hitana Mushthafa Agraprana
NIM : 2010413132
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Politik
Judul Skripsi : **ANALISIS STRATEGI TRANSFORMASI IMAGE
PRABOWO SUBIANTO PADA PILPRES 2024**

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

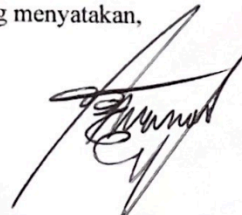
1. Memberikan hak saya bebas royalti kepada Perpustakaan UPNVJ atas Penelitian karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UPNVJ, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UPNVJ dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 9 Juli 2024

Yang menyatakan,



(Hitana Mushthafa Agraprana)

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Hitana Mushthafa Agraprana
NIM : 2010413132
PROGRAM STUDI : Ilmu Politik
JUDUL : ANALISIS STRATEGI TRANSFORMASI IMAGE
PRABOWO SUBIANTO PADA PILPRES 2024

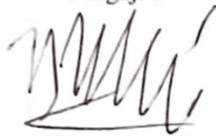
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



(Dr. Ardli Johan Kusuma, M.HI.)

Penguji 1



(Dr. Nurdin)

Penguji 2



(M. Prakoso Aji, M.IP.)

Ketua Program Studi
Ilmu Politik



(Restu Rahmawati, S.Sos., MA.)

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 28 Juni 2024

ANALISIS STRATEGI TRANSFORMASI IMAGE POLITIK PRABOWO SUBIANTO PADA PILPRES 2024

HITANA MUSHTHAFA AGRAPRANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan strategi yang dilakukan oleh Prabowo Subianto dalam upaya transformasi *image* politiknya pada kontestasi Pemilihan Presiden 2024 (Pilpres 2024). Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Peneliti menggunakan empat tahapan analisis data menurut Sugiyono, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil akhir dari penelitian ini menunjukkan bahwa Prabowo Subianto menerapkan dua strategi utama, yaitu strategi *marketing* politik dan strategi transformasi *image* politik. Dalam strategi *marketing* politik, Prabowo Subianto memiliki dua segmen pemilih yang ditarget, yaitu segmen pemilih muda dan pemula (Generasi Milenial & Generasi Z) dan segmen pendukung atau loyalis Joko Widodo sebagai segmen yang diharapkan dapat memberi efek pengganda terhadap perolehan suara. Kemudian, Prabowo Subianto membentuk *image* politik dalam kemasan baru yang berlandaskan pada hasil identifikasi segmen serta karakteristik masyarakat pemilih yang ditargetisasi yang disebut dengan istilah “Politik Gemoy”. Hasilnya, *image* politik yang dimiliki Prabowo Subianto bersifat sangat kontras apabila dibandingkan dengan *image* lama yang dimilikinya. Untuk menangani permasalahan tersebut, Prabowo Subianto melakukan strategi transformasi *image* politik yang disebut dengan strategi *refocussing*. Strategi ini merupakan strategi yang digunakan Prabowo Subianto untuk menggeser fokus serta perhatian masyarakat pemilih dari *image* lama yang mengandung unsur negatif karena tidak sesuai dengan karakteristik dan keinginan mayoritas masyarakat pemilih ke *image* baru yang mengandung unsur positif karena sesuai dengan karakteristik dan keinginan mayoritas masyarakat pemilih.

Kata kunci: Marketing Politik, Image Politik, Prabowo Subianto, Transformasi Image Politik.

ANALYSIS OF PRABOWO SUBIANTO'S POLITICAL IMAGE TRANSFORMATION STRATEGY IN THE 2024 PRESIDENTIAL ELECTION

HITANA MUSHTHAFA AGRAPRANA

ABSTRACT

This research aims to analyze and describe the strategies undertaken by Prabowo Subianto in his efforts to transform his political image in the 2024 Presidential Election (Pilpres 2024). The research method used is descriptive qualitative, utilizing both primary and secondary data sources. The researcher employs four stages of data analysis according to Sugiyono, namely data collection, data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The final results of this study indicate that Prabowo Subianto applies two main strategies: political marketing strategy and political image transformation strategy. In the political marketing strategy, Prabowo Subianto targets two voter segments: the segment of young and first-time voters (Millennials & Generation Z) and the segment of Joko Widodo's supporters or loyalists, which is expected to provide a multiplier effect on the vote acquisition. Prabowo Subianto then forms a new political image based on the identified segments and characteristics of the targeted voter community, referred to as "Politik Gemoy." As a result, Prabowo Subianto's political image is markedly different from his previous one. To address this, Prabowo Subianto implements a political image transformation strategy known as the refocusing strategy. This strategy is used by Prabowo Subianto to shift the focus and attention of the voting public from the old image, which contains negative elements and does not align with the characteristics and desires of the majority of voters, to the new image, which contains positive elements and aligns with the characteristics and desires of the majority of voters.

Keywords: Political Marketing, Political Image, Prabowo Subianto, Political Image Transformation.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini adalah **ANALISIS STRATEGI TRANSFORMASI IMAGE POLITIK PRABOWO SUBIANTO PADA PILPRES 2024.**

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi di Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah S.W.T yang telah memberikan kasih sayang-Nya di sepanjang hari, setiap waktu, dan setiap pekerjaan yang saya lalui.
2. Ibu dan Kakak saya yang selalu memberikan dukungan baik dalam segi pelajaran hidup serta motivasi dan dukungan baik dalam bentuk doa maupun materi.
3. Almarhum Ayah saya yang sudah menjadi sosok yang mempengaruhi motivasi serta tujuan hidup saya untuk bisa menimba ilmu hingga tahap perguruan tinggi agar dapat menjadi orang yang bermanfaat untuk orang lain.
4. Bapak Dr. Ardli Johan Kusuma, M. HI. selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah meluangkan waktu, memberikan saran serta masukan, dan arahan dalam penyelesaian skripsi.
5. Bapak Dr. Nurdin selaku dosen penguji ahli pertama yang telah memberikan saran dan kritik selama proses persidangan.
6. Bapak M. Prakoso Aji, M.IP selaku dosen penguji ahli kedua yang telah memberikan saran dan kritik selama proses persidangan.
7. Ibu Lia Wulandari, S.Sos., M.PP selaku dosen pembimbing akademis saya selama menjalani perkuliahan di Program Studi Ilmu Politik UPN Veteran Jakarta.
8. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Program Studi Ilmu Politik UPN Veteran Jakarta yang telah memberikan ilmu di masa perkuliahan.
9. Bapak Ferry Juliantono, Bapak Irfan Wahid, Bapak Fajar Nursahid, dan Bapak Kacung Marijan selaku narasumber yang telah memberikan informasi dan membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

10. Teman-teman perkuliahan saya yang saya sayangi, Koos Savira Prameswari, Muhammad Muzakki Romadhon, Muhammad Dandi, Gabe Maulana, dan Putri Ayu Indah Sari yang selalu mendukung dan memberikan semangat selama proses pengerjaan skripsi.
11. Sahabat-sahabat saya yang saya sayangi, Rendrahadi Nezar Musyaffa, Fidan Pradipta Mahesa, dan Mickee Shihab Armia yang selalu mendukung dan memberikan semangat selama proses pengerjaan skripsi.
12. Seluruh pihak yang telah membantu Penulis dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu penulis membuka ruang seluas-luasnya kepada seluruh pihak yang ingin memberikan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 8 Juli 2024



Hitana Mushthafa Agraprana

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	i
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.3.2 Tujuan Teoritis	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Praktis	11
1.4.2 Manfaat Akademis	11
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Peneliti Terdahulu	13
2.2 Tinjauan Konsep dan Teori Penelitian	22
2.2.1 Konsep Komunikasi Politik	22
2.2.2 Konsep Marketing Politik	25
2.2.3 Konsep Konstruksi Image Politik	31
2.2.3 Teori Transformasi Image Politik	35
2.3 Kerangka Pemikiran	39
BAB III	40
METODE PENELITIAN	40

3.1 Objek Penelitian	40
3.2 Jenis Penelitian	40
3.3 Teknik Pengumpulan Data	41
3.3.1 Wawancara	41
3.3.2 Studi Pustaka	42
3.3.3 Dokumentasi	42
3.4 Sumber Data	43
3.4.1 Data Primer	43
3.4.2 Data Sekunder	43
3.5 Teknik Analisis Data	44
3.6 Tabel Rencana Waktu	46
BAB IV	47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Proses Perencanaan Strategi Marketing Politik	47
4.2 Hasil Penelitian	49
4.2.1 Tahap Segmentasi	49
4.2.2 Tahap Targetisasi	53
4.2.3 Tahap Positioning	57
4.3 Dinamika Transformasi Image Politik	61
4.3.1 Strategi Transformasi Image Politik Prabowo Subianto	72
4.4 Pembahasan	85
4.4.1 Analisis Tahap Segmentasi, Targetisasi, dan Positioning Prabowo Subianto pada Pilpres 2024	85
4.4.2 Analisis Strategi Transformasi Image Politik Prabowo Subianto pada Pilpres 2024	90
BAB V	98
KESIMPULAN DAN SARAN	98
5.1 Kesimpulan	98
5.2 Saran	100
5.2.1 Saran Praktis	100
5.2.3 Saran Teoritis	102
DAFTAR PUSTAKA	103

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tabel Rencana Waktu Penelitian	46
Tabel 2. Tabel Pemetaan Segmentasi Pasar Pemilih Prabowo Subianto pada Pilpres 2024.....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Simbol Salam Dua Jari Prabowo Subianto	4
Gambar 2 Deklarasi Kemenangan Prabowo-Sandi Pilpres 2019	6
Gambar 3 Prabowo-Sandi Tanggapi Hasil Pemilu 2019	7
Gambar 4 Pertemuan Prabowo dan Gibran dengan Kemeja Biru	9
Gambar 5 Aktivitas Segmentasi Pasar	28
Gambar 6 Konstruksi Image	33
Gambar 7 Hasil Survey Tingkat Approval Rating Pemerintahan Jokowi	55
Gambar 8 Pemetaan Positioning Paslon Pilpres 2024	59
Gambar 9 Awal Mula Muncul Istilah Gemoy Dalam Acara Mata Najwa di UGM	65
Gambar 10 Pertimbangan Alasan Mengusung Strategi Transformasi Image	67
Gambar 11 Karakter Kartun Animasi Sebagai Baliho Kampanye	71
Gambar 12 Orchestraed Campaign Strategy	75
Gambar 13 Perception Engineering Formula	77
Gambar 14 Video TVC Prabowo-Gibran Dalam Karakter Kartun	80
Gambar 15 Pengemasan Karakter ‘Gemoy’ Dalam Berbagai Medium	80
Gambar 16 Komparasi Jumlah Tayang TikTok	82
Gambar 17 Time Spend On Social Media Platform	83
Gambar 18 Perbedaan Karakter Pengguna Platform Media Sosial	84
Gambar 19 Tren Elektabilitas Prabowo Subianto	89
Gambar 20 Peluncuran dan Bedah Buku “Politik Gemoy”	96

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Riwayat Hidup	107
Lampiran 2 Surat Riset Penelitian.....	109
Lampiran 3 Dokumentasi Penelitian	110
Lampiran 4 Transkrip Wawancara	114