

BAB V

PENUTUPAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh pasangan calon presiden dan wakil presiden Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka dalam membangun dan meningkatkan citra politik mereka di kalangan Generasi Z selama kampanye Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024. Berdasarkan hasil analisis terhadap data primer melalui wawancara serta pengamatan terhadap konten media sosial dan data sekunder berupa literatur dan hasil survei, dapat disimpulkan bahwa pasangan Prabowo-Gibran secara sadar mengadopsi pendekatan komunikasi politik digital yang adaptif terhadap karakteristik pemilih muda, khususnya Generasi Z.

Strategi komunikasi politik yang dijalankan pasangan ini menekankan pada pendekatan emosional dan simbolik, dengan mengedepankan narasi yang ringan, visual yang menarik, serta gaya komunikasi yang kasual dan akrab. Pemanfaatan platform seperti TikTok dan Instagram tidak hanya digunakan sebagai alat distribusi pesan, tetapi juga sebagai ruang interaksi dua arah yang memungkinkan kandidat membangun kedekatan dengan pemilih muda secara lebih personal. Gaya komunikasi ini diperkuat dengan visualisasi konten yang mencerminkan sisi humanis, jenaka, dan "gemoy" dari figur Prabowo, serta keaktifan Gibran dalam merespons tren dan aspirasi publik melalui unggahan digital yang komunikatif. Penggunaan simbol dan narasi populer menjadi salah satu kunci keberhasilan kampanye ini dalam menciptakan citra yang positif dan relevan di benak Gen Z. Kampanye digital pasangan Prabowo-Gibran juga menunjukkan keberhasilan dalam melakukan segmentasi yang presisi terhadap kelompok pemilih. Mereka tidak hanya memahami karakteristik digital native dari Generasi Z, tetapi juga mampu mengemas pesan kampanye yang resonan dengan nilai-nilai dan isu yang dekat dengan kehidupan generasi tersebut, seperti pemberdayaan

ekonomi lokal, isu teknologi, dan masa depan Indonesia Emas 2045. Di sisi lain, pencitraan politik pasangan ini menunjukkan sintesis antara kekuatan figur senior yang berwibawa dengan semangat muda yang progresif, sehingga memperkuat daya tarik elektoral di kalangan pemilih muda.

Penelitian ini menjawab rumusan masalah dengan menegaskan bahwa strategi komunikasi politik Prabowo-Gibran dalam kampanye Pilpres 2024 dilakukan melalui pendekatan digital yang menyeluruh, personal, serta berorientasi pada interaksi dan visualisasi citra. Citra politik yang dibangun bukan sekadar hasil dari promosi program, melainkan dari konstruksi simbolik yang memadukan nilai-nilai tradisional dan modern dalam narasi yang dapat diterima oleh pemilih muda. Strategi ini terbukti efektif, sebagaimana terlihat dalam hasil survei dari LSI dan Poltracking yang menunjukkan dominasi suara pasangan ini di segmen pemilih Gen Z. Penelitian ini memfokuskan kajiannya pada strategi komunikasi politik yang secara khusus diarahkan kepada Generasi Z sebagai kelompok pemilih yang dominan secara demografis dan sangat aktif di ruang digital. Dengan menitikberatkan pada penggunaan media sosial sebagai alat utama komunikasi politik, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana pasangan Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka membangun citra politik melalui pendekatan visual, naratif, dan interaktif yang selaras dengan karakteristik generasi muda.

5.2 Saran

Melihat apa yang terjadi pada permasalahan di atas, penulis memberikan saran sebagai berikut;

1. Aktor politik yang akan berpartisipasi dalam kontestasi pemilu mendatang disarankan untuk merumuskan strategi komunikasi yang tersegmentasi secara presisi berdasarkan karakteristik demografis, psikografis, dan sosiokultural pemilih Generasi Z. Segmentasi ini tidak cukup hanya berdasarkan usia, melainkan juga harus mempertimbangkan perilaku digital, nilai-nilai yang dianut, serta gaya komunikasi yang relevan dengan preferensi mereka yang

cenderung progresif, visual, dan berbasis pengalaman. Strategi komunikasi pragmatis yang diarahkan kepada Gen Z harus bersifat dua arah, di mana komunikasi tidak hanya berlangsung dari atas ke bawah, tetapi juga membuka ruang partisipatif yang luas agar Gen Z merasa dilibatkan secara otentik dalam diskursus politik. Selain itu, pendekatan visual melalui video pendek, infografik, dan meme politik harus dimanfaatkan bukan sekadar untuk menarik perhatian, tetapi untuk menyampaikan substansi pesan politik dengan cara yang mudah dipahami dan relevan dengan dunia digital Gen Z. Oleh karena itu, komunikasi politik yang efektif bukan hanya terletak pada medium yang digunakan, tetapi juga pada kapasitas pesan yang dirancang secara strategis dan responsif terhadap dinamika nilai dan aspirasi kelompok pemilih muda tersebut.

2. Media sosial sebagai kanal utama dalam komunikasi politik kontemporer harus dimanfaatkan secara terencana, konsisten, dan responsif untuk membangun serta mempertahankan citra politik yang kredibel di mata Generasi Z. Konsistensi dalam penyampaian pesan politik meliputi keselarasan antara konten, gaya bahasa, dan nilai-nilai yang dikomunikasikan dalam seluruh kanal digital yang digunakan, sehingga menciptakan kesan identitas politik yang otentik dan tidak kontradiktif. Responsivitas terhadap isu-isu publik, terutama yang viral atau sedang menjadi perbincangan di media sosial, menjadi indikator penting bagi Gen Z dalam menilai kredibilitas dan kapabilitas aktor politik. Oleh karena itu, tim komunikasi politik perlu mengembangkan mekanisme monitoring real-time dan sistem respon cepat yang tidak hanya bersifat defensif, tetapi juga proaktif dalam membentuk opini publik. Dengan demikian, strategi komunikasi pragmatis tidak hanya berfokus pada eksistensi digital semata, melainkan juga pada kualitas interaksi, keberanian menyuarakan isu yang relevan, serta konsistensi dalam membangun narasi politik yang berdaya resonansi tinggi terhadap nilai-nilai yang dianut oleh pemilih muda.
3. Penelitian lanjutan sangat dianjurkan untuk mengkaji lebih dalam keterkaitan antara strategi komunikasi digital yang bersifat pragmatis dengan pola perilaku

elektoral Generasi Z, terutama dalam konteks pengambilan keputusan politik secara rasional dan afektif. Penelitian ini dapat menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif secara integratif untuk mengukur efektivitas pesan politik dalam berbagai format digital terhadap intensi memilih dan persepsi terhadap kredibilitas kandidat. Selain itu, penelitian mendatang juga disarankan untuk membandingkan strategi komunikasi antar kandidat dalam satu peristiwa elektoral tertentu untuk menilai sejauh mana variasi pendekatan komunikasi berdampak pada tingkat engagement, trust, dan elektabilitas di kalangan pemilih muda. Perbandingan ini tidak hanya akan memperkaya literatur akademik dalam bidang komunikasi politik digital, tetapi juga memberikan implikasi praktis bagi perancang strategi kampanye politik di masa depan. Fokus penelitian juga dapat diperluas ke aspek dinamika algoritma media sosial dalam membentuk eksposur politik, serta bagaimana personalisasi konten dan keterlibatan emosional dapat memengaruhi perilaku politik secara longitudinal. Dengan pendekatan interdisipliner yang melibatkan ilmu komunikasi, psikologi politik, dan studi media digital, penelitian lanjutan diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang bagaimana strategi komunikasi pragmatis dapat membentuk citra politik yang berkelanjutan dan relevan di tengah kompleksitas preferensi serta sikap kritis Generasi Z terhadap aktor politik.