

STRATEGI KAMPANYE POLITIK PRABOWO-GIBRAN DALAM MENINGKATKAN PEROLEHAN SUARA PADA PILPRES 2024

Liosantra Oskar

ABSTRAK

Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024 menandai perubahan yang menonjol dalam lanskap kampanye politik di Indonesia, terutama dengan semakin dominannya penggunaan teknologi digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi kampanye politik pasangan calon Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka dalam meningkatkan perolehan suara mereka pada Pilpres 2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, studi pustaka, analisis dokumen, dan observasi media sosial. Teori strategi kampanye politik dari Kotler dan Kotler (1999) digunakan sebagai kerangka analisis, yang membagi strategi menjadi tiga: rasional, emosional, dan personal. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi kampanye politik Prabowo-Gibran dilakukan melalui strategi yang berbentuk rasional, emosional dan personal. Strategi rasional diwujudkan melalui program-program konkret seperti makan siang gratis dan hilirisasi industri. Strategi emosional terlihat dari citra “Gemoy”, penggunaan warna biru langit, serta lagu kampanye yang viral. Strategi personal dilakukan dengan menonjolkan figur Gibran sebagai representasi generasi muda dan kedekatan Prabowo dengan rakyat. Pemanfaatan teknologi seperti kecerdasan buatan (AI) dan media sosial, terutama TikTok dan Instagram, menjadi instrumen utama untuk menjangkau pemilih muda. Implikasi dari strategi kampanye politik prabowo gibran telah meningkatkan perolehan suara pada pilpres 2024.

Kata Kunci : Strategi kampanye politik, Strategi Rasional, Strategi Personal, Strategi Emosional, Pilpres 2024.

STRATEGI KAMPANYE POLITIK PRABOWO-GIBRAN DALAM MENINGKATKAN PEROLEHAN SUARA PADA PILPRES 2024

Liosantra Oskar

ABSTRACT

The 2024 Presidential Election marked a prominent shift in Indonesia's political campaign landscape, particularly with the growing dominance of digital technology. This study aims to analyze the political campaign strategies of the presidential and vice-presidential candidates Prabowo Subianto and Gibran Rakabuming Raka in increasing their vote acquisition during the 2024 election. Employing a qualitative-descriptive approach, data were collected through in-depth interviews, literature review, document analysis, and social media observation. The theoretical framework of political campaign strategy by Kotler and Kotler (1999) was used, which categorizes strategies into three types: rational, emotional, and personal. The findings reveal that Prabowo-Gibran's campaign strategy incorporated all three approaches. The rational strategy was reflected in concrete programs such as the free lunch initiative and industrial downstreaming. The emotional strategy was evident in the "Gemoy" image, the use of sky blue as a campaign color, and viral campaign songs. The personal strategy was implemented by highlighting Gibran as a representative of the younger generation and emphasizing Prabowo's closeness to the people. The use of technology, including artificial intelligence (AI) and social media platforms like TikTok and Instagram, served as key tools to engage young voters. The implementation of these strategies significantly contributed to the increase in votes gained by the Prabowo-Gibran pair in the 2024 presidential election.

Keywords: *political campaign strategy, Rational Strategy, Personal Strategy, Emotional Strategy, 2024 Presidential Election.*