



Komunikasi Politik (Studi terhadap Kampanye Politik Pasangan Prabowo-Gibran dalam Pemilihan Presiden 2024 di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung)

Ananda Pranata¹, Bahjatul Murtasidin², Sandy Pratama³

^{1,2,3}Universitas Bangka Belitung

Email : anandapranata@gmail.com

Article Info

Article history:

Received July 03, 2025

Revised July 11, 2025

Accepted July 20, 2025

Keywords:

Political Campaign, Prabowo-Gibran, 2024 Presidential Election, Bangka Belitung Islands

ABSTRACT

This thesis investigates the electoral campaign orchestrated by the Prabowo-Gibran duo as presidential and vice-presidential candidates during the 2024 presidential election campaign phase in the Bangka Belitung Islands Province. The objective of this study is to scrutinize the execution of efficient political campaign strategies employed by the Prabowo-Gibran ticket within this jurisdiction. A qualitative descriptive research methodology was adopted. Data gathering involved comprehensive interviews and documentation. The interviews were conducted with members of the campaign team, coordinators of volunteers, and inhabitants of the Bangka Belitung Islands Province to gain insights into the political communication strategies employed. The findings illuminate the viral contribution of political communicators-including the candidate duo, the campaign team, and volunteers-in conveying campaign messages to the electorate. Prominent campaign messages included makan siang bergizi gratis (a free nutritious lunch program), pembangunan hilirisasi dan pemberdayaan ekonomi (initiatives for downstream development and economic empowerment), Mobile Legends (a widely favored game), the affectionate "Gemoy" persona, and dynamic slogans such as "oke gas" (let's go). The dissemination of the campaign employed a variety of communication channels, encompassing mass media, social media platforms, and direct interpersonal interactions. The triumph of the campaign hinged on the relevance of the messages to public needs and expectations, particularly regarding economic matters, education, and anti-corruption initiatives. Social media platforms (e.g., Facebook, Instagram, Tiktok) proved effective in engaging younger audiences. Additionally, direct personal campaigning exhibited efficacy in nurturing emotional ties with the electorate. The amalgamation of digital and personal strategies emerged as crucial in establishing well-received political communication within the community of the Bangka Belitung Islands.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received July 03, 2025

Revised July 11, 2025

Accepted July 20, 2025

Kata Kunci:

Kampanye Politik, Prabowo-Gibran, Pemilihan Presiden 2024, Kepulauan Bangka Belitung

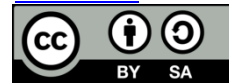
ABSTRAK

Skripsi ini menyajikan tentang kampanye politik yang dilakukan oleh pasangan Prabowo-Gibran sebagai kandidat calon presiden dan calon wakil presiden pada masa kampanye pemilihan presiden di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung Tahun 2024. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan kampanye politik yang efektif dalam kampanye politik pasangan Prabowo-Gibran pada pemilihan presiden di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Pendekatan yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Guna mengumpulkan data dilaksanakanlah ini wawancara mendalam, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan tim sukses, tim relawan, serta masyarakat Provinsi Kepulauan Bangka Belitung untuk memahami kampanye politik yang diterapkan. Hasil penelitian menunjukkan meliputi peran komunikator politik, seperti pasangan calon, tim sukses, dan tim relawan, dalam menyampaikan pesan kampanye pada masyarakat. Pesan kampanye politik yang disampaikan meliputi makan siang bergizi gratis, pembangunan hilirisasi dan pemberdayaan ekonomi, Mobile Legends, "Gemoy", oke gas. Kampanye dilakukan dengan beragam saluran komunikasi, termasuk media massa, media sosial, serta tatap muka langsung. Keberhasilan kampanye sangat bergantung pada relevansi pesan dengan kebutuhan dan harapan masyarakat, terutama



terkait isu ekonomi, pendidikan, dan pemberantasan korupsi. Media sosial contohnya Facebook, Instagram, serta TikTok dapat menjangkau anak muda. Kampanye tatap muka juga terbukti membangun kedekatan emosional dengan masyarakat Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Perpaduan antara pendekatan digital dan personal menjadi kunci dalam menciptakan komunikasi politik yang diterima dengan baik oleh masyarakat.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Ananda Pranata

Universitas Bangka Belitung

E-mail: anandapranata@gmail.com

PENDAHULUAN

Dalam demokrasi, komunikasi politik dipandang penting untuk membangun masyarakat. Oleh karena itu, komunikasi politik harus menjalankan peran sebagai penggerak, itu tidak bisa hanya menjadi serangkaian dekrit kepada masyarakat dari elit, kelompok yang berkuasa tetapi harus memungkinkan adanya umpan balik dari masyarakat dan mendorong partisipasi (Lee 2004). Pemilihan umum Indonesia pada Tahun 2024 menghadirkan kejutan, memicu gelombang kontroversi dan membawa perubahan signifikan terhadap arah demokrasi negara. Perubahan signifikan pada kriteria pencalonan presiden serta wakil presiden menjadi perkembangan paling menonjol. Perubahan pada UU No 2023 terkait Pemilu, yang secara drastis menurunkan batas usia guna mencalonkan diri sebagai presiden serta wakil presiden, disetujui secara bulat oleh MK. Batasan usia yang kini diturunkan dari 30 tahun menjadi 25 tahun memungkinkan pemimpin muda guna bersaing di tingkat tertinggi politik.

Media sosial saat ini sebagai platform turut memainkan peran dan terjadinya perang ideologi serta propaganda akibat pengaruh politik yang semakin besar, khususnya dalam konteks Pemilu Capres dan Cawapres 2024. Narasi baru berusaha diciptakan melalui kampanye politik online dengan cepat membentuk persepsi publik. Diskursus publik semakin memanas akibat praktik meragukan kebenaran klaim calon presiden selama debat. Dalam penelitian ini ingin melihat komunikasi politik dari Pasangan calon nomor urut dua Prabowo-Gibran yang diusung hingga delapan partai politik yaitu, Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra), Partai Golongan Karya (Golkar), Partai Amanat Nasional (PAN), Partai Demokrat, Partai Bulan Bintang (PBB), Partai Gelombang Rakyat Indonesia (Gelora), Partai Garda Republik Indonesia (Garuda), Partai Solidaritas Indonesia (PSI). Jumlah partai yang besar ini menjadi dukungan nyata untuk mendongkrak elektabilitas pasangan calon nomor urut dua.

Adapun beberapa catatan kepemimpinan Calon Presiden yaitu Prabowo, ia pernah bergabung dengan Angkatan Darat Indonesia pada tahun 1974, setelah lulus dari Akademi Militer Indonesia di Magelang dengan pangkat Letnan Dua. Prabowo juga merupakan pengusaha bisnis multinasional dengan kepemilikan di sektor energi dan industri kertas. Dalam jenjang karir politiknya, Prabowo meninggalkan Partai Golkar dan mendirikan serta memimpin Partai Gerindra. Prabowo juga telah tiga kali mencalonkan diri sebagai presiden di Pemilu sebelumnya. Di sisi lain, Calon Wakil Presiden yaitu Girbran adalah putra pertama Presiden Joko Widodo. Ia memulai karirnya di dunia bisnis sebelum beralih ke politik pada tahun 2020. Surakarta (Solo) di Jawa Tengah adalah tempat tinggal Gibran, yang terpilih sebagai walikota PDIP. Selama tiga tahun menjabat sebagai walikota Solo, Gibran berhasil melakukan berbagai



perbaikan signifikan. Pasar Legi adalah salah satu dari banyak pasar yang direvitalisasi menjadi lebih bersih serta ramah bagi pengunjung. Ia juga bertanggung jawab atas pemulihan Taman Balekambang dan taman lainnya.

Gor Sahabudin di Pangkal Pinang, Kepulauan Bangka Belitung, menjadi lokasi kampanye Capres dan Cawapres no urut 2 tersebut. Prabowo menggelar acara konsolidasi “Indonesia Maju” dengan “Strategi Transformasi Nasional” menjadi landasan bagi inisiatif-inisiatif tersebut. Calon presiden dari koalisi berjanji akan bekerja sama dengan calon wakil presidennya, Gibran, guna meningkatkan kesejahteraan rakyat Indonesia. Dalam mengkomunikasikan visi misinya tersebut, tentu ada usaha yang harus mereka lakukan, agar masyarakat sebagai pemilih aktif dapat memilih pasangan calon pada kontestasi pemilu 2024 ini.

Di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung melalui usaha dan kerja keras semua pihak, proses pemilu berjalan dengan sukses besar, serta partisipasi aktif masyarakat dalam politik juga menjadi faktor penting. Pemungutan suara dari 6 Kabupaten serta 1 Kota telah berhasil memenangkan suara pasangan Prabowo-Gibran. Keberhasilan ini menjadi menarik untuk melihat komunikasi politik melalui kampanye yang dilakukan oleh pasangan calon dalam memenangkan pemilu 2024 khususnya di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Hal ini dikarenakan Prabowo adalah figure senior yang sudah berulang kali maju capres dan Gibran sebagai sosok muda yang mewakili Gen Z. Pasangan ini memadukan pengalaman dan pembaruan. Kemudian juga bentuk kampanye gemoy yang menunjukkan personalisasi citra kandidat yang sangat strategis, terutama di media sosial. Kampanye mereka sangat aktif menggunakan, Tiktok, Facebook, Instagram dan konten ringan yang relate dengan anak muda

METODE PENELITIAN

Data yang digunakan dalam paper ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang pada prinsipnya ingin memberikan, menerangkan, mendeskripsikan secara kritis serta menggambarkan suatu fenomena kejadian, atau suatu peristiwa interaksi sosial dalam masyarakat dengan tujuan untuk mencari dan menemukan makna (*meaning*) dalam konteks yang sesungguhnya (*natural setting*) Yusuf (2024). Dengan kata lain, penelitian kualitatif deskriptif adalah menganalisis, menggambarkan, dan meringkas data temuan lapangan yang berupa hasil wawancara atau pengamatan mengenai permasalahan yang diteliti, untuk memperdalam analisis peneliti terkait Komunikasi Politik (Studi Terhadap Kampanye Politik Pasangan Prabowo-Gibran Dalam Pemilihan Presiden 2024 di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Data yang telah didapatkan dari teknik tersebut, kemudian data diolah dan dianalisis terlebih dahulu sebelum digunakan. Hasil dari pengolahan dan analisis data tersebut digunakan untuk melihat komunikasi politik. Dalam hal ini peneliti menggunakan teknik analisa data pada penelitian ini mengacu pada konsep *interactive model* yang melibatkan redaksi data, penyajian data, dan penarik kesimpulan.



HASIL DAN PEMBAHASAN

Kampanye Politik Pasangan Prabowo-Gibran Dalam Pemilihan Presiden di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung

Kampanye politik dalam sudut pandang kepentingan kandidat umumnya diukur dengan tingkat elektabilitas dan perolehan suara. Dalam sudut kepentingan publik, elektabilitas dan perolehan suara kandidat yang dipilih baru sekedar harapan bagi kemungkinan terpenuhinya visi misi dan program yang ditawarkan dalam kampanye. Menurut George E. Belch dan Michael A. Belch (2004), Belch dan Belch menekankan bahwa kampanye politik dapat diukur dengan seberapa baik kampanye tersebut dapat mencapai tujuan komunikasi yang telah ditetapkan, seperti meningkatkan pengetahuan merek, mengubah sikap terhadap produk atau calon, dan akhirnya mempengaruhi perilaku audiens. Dalam kampanye politik, ini berarti bagaimana pesan calon dapat merubah opini atau pilihan pemilih.

Kampanye politik pasangan Prabowo-Gibran dalam Pemilihan Presiden 2024 di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung menunjukkan pendekatan yang cukup strategis dan masif. Berbagai metode kampanye diterapkan untuk menjangkau beragam segmen pemilih di wilayah ini, mulai dari kampanye konvensional secara langsung hingga pemanfaatan media sosial dan peran tokoh masyarakat. Kegiatan kampanye di Bangka Belitung berlangsung dalam beberapa bentuk, seperti pertemuan tatap muka, pemasangan atribut kampanye, hingga pelaksanaan kampanye akbar yang menghadirkan tokoh-tokoh nasional pendukung pasangan Prabowo-Gibran. Kampanye langsung menjadi salah satu strategi utama, mengingat karakteristik masyarakat Bangka Belitung yang masih sangat menghargai interaksi personal dan kedekatan emosional.

Dalam temuan penelitian, kegiatan kampanye di Bangka Belitung dilakukan secara langsung dengan menjelaskan semua program-program pasangan Prabowo-Gibran. Kampanye politik ini merupakan cara pendekatan yang personal dan emosional, kehadiran tim sukses di lapangan menjadi sarana untuk membangun kepercayaan para pemilih. Selain itu, media sosial juga dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan pesan kampanye. Akun resmi maupun relawan di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung aktif menyebarkan konten digital yang mendukung citra pasangan Prabowo-Gibran, terutama yang menonjolkan pengalaman kepemimpinan Prabowo dan citra muda Gibran sebagai representasi generasi baru. Selain itu, Kampanye ini didukung oleh koalisi partai yang kuat, termasuk Gerindra, PSI, PAN, dan Partai Golkar, yang memiliki jaringan politik yang luas di daerah tersebut. Basis pendukung yang solid memberikan kepercayaan dan mobilisasi suara yang lebih besar. Dengan adanya dukungan ini, dapat bekerja lebih efektif dalam menjangkau pemilih, menyebarluaskan visi dan misi Prabowo-Gibran, serta memastikan adanya koordinasi yang baik antara kader di lapangan. Dukungan ini tidak hanya dalam bentuk logistik dan infrastruktur kampanye, tetapi juga melalui kader-kader partai yang aktif melakukan sosialisasi, mulai dari desa hingga kota. Selain itu, kehadiran tokoh-tokoh nasional saat kampanye di Bangka juga menjadi faktor penting yang meningkatkan kampanye. Dengan kombinasi antara dukungan koalisi yang kuat dan kehadiran tokoh nasional, kampanye pasangan Prabowo-Gibran lebih efektif dalam menarik simpati dan dukungan masyarakat, yang akhirnya berkontribusi terhadap perolehan suara mereka di wilayah tersebut.

Kehadiran tokoh-tokoh nasional seperti Prabowo Subianto sendiri, Yusril Ihza Mahendra, dan Zulkifli Hasan dalam kampanye meningkatkan daya tarik dan perhatian media serta masyarakat. Hal ini membantu menggalang dukungan dari berbagai kalangan. Selain itu,



media sosial juga dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan pesan kampanye. Akun resmi maupun relawan di Bangka Belitung aktif menyebarkan konten digital yang mendukung citra pasangan Prabowo-Gibran, terutama yang menonjolkan pengalaman kepemimpinan Prabowo dan citra muda Gibran sebagai representasi generasi baru.

Terpilihnya seorang kandidat tidak bisa lepas dari namanya komunikasi politik untuk menjadikan dirinya sebagai pemimpin. Tidak hanya komunikasi politik aspek internal partai politik menjadikan salah satu kekuatan kandidat secara pribadi dan aspek eksternal seperti pembentukan tim dari elemen masyarakat yang bisa memberikan pengaruh di lingkungan tersebut. Adapun komunikasi politik pasangan Prabowo-Gibran. Menurut Dan Nimmo (1993) yaitu komunikator politik, media komunikasi politik, penerima pesan politik.

1. Komunikator Politik

Komunikator politik merupakan Pihak yang menyampaikan pesan politik, seperti tokoh politik, partai politik, juru kampanye, atau institusi pemerintahan. Komunikator ini memegang peran penting dalam membentuk opini publik. Dalam kampanye Prabowo-Gibran di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, terdapat beberapa aktor yang berperan sebagai komunikator politik, baik yang langsung maupun tidak langsung terlibat dalam penyampaian pesan kampanye. Komunikator utama dalam kampanye ini tentu saja adalah pasangan calon itu sendiri, yakni Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka, yang secara langsung menyampaikan pesan politik mereka kepada publik. Komunikator politik tidak hanya dilakukan oleh pasangan Prabowo-Gibran saja tapi tim sukses dan tim relawan pasangan Prabowo-Gibran di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung sangat penting dalam kampanye ini.

Tim sukses berfungsi sebagai penghubung utama antara kandidat dan masyarakat, serta memainkan peran penting dalam menyusun strategi komunikasi yang akan digunakan dalam masa kampanye. Adapun kampanye yang dilakukan oleh tim sukses pasangan Prabowo-Gibran berjalan secara intensif dan konsisten selama enam bulan masa kampanye. Salah satu bentuk kegiatan yang menonjol adalah kampanye akbar yang diselenggarakan di Desa Kerakas, Bangka Tengah, pada bulan Januari. Hasil dari pendekatan ini terlihat dari dominasi suara Prabowo di wilayah wilayah seperti Kerakas, Kemingking, dan Kerantai, yang disebut mencapai sekitar 70%. Selain itu adalah keyakinan kuat sebagai komunikator politik terhadap visi misi Prabowo dalam membawa perubahan bagi Indonesia. Lebih lanjut, tim sukses akan menjalankan instruksi partai untuk mengonsolidasikan kekuatan di tingkat daerah, khususnya di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung dan lebih spesifik lagi di Pangkalpinang. Konsolidasi ke partai koalisi mengindikasikan adanya kerja sama lintas partai yang tergabung dalam koalisi pendukung Prabowo-Gibran.

Sedangkan Tim relawan, biasanya terdiri dari individu atau kelompok yang secara sukarela mendukung pasangan calon, berperan aktif dalam memperluas jangkauan kampanye. Mereka beroperasi lebih fleksibel dibandingkan struktur formal partai atau tim sukses, sehingga mampu menjangkau kelompok-kelompok masyarakat yang lebih beragam dan tersebar di berbagai wilayah, termasuk daerah-daerah yang mungkin kurang tersentuh oleh partai politik. Relawan secara aktif menyampaikan narasi politik, program kerja, serta nilai-nilai yang diusung oleh Prabowo-Gibran kepada masyarakat dari berbagai lapisan. Melalui pendekatan yang personal dan komunikatif, para relawan menjadi komunikator politik yang efektif, karena mereka menyampaikan pesan dengan gaya yang lebih akrab dan mudah diterima, khususnya



oleh masyarakat. Selain menyampaikan program kerja, relawan juga memiliki peran penting dalam meluruskan isu atau informasi yang menyesatkan, yang sering muncul selama masa kampanye.

2. Pesan Kampanye Politik

Pesan memegang peran sentral sebagai alat untuk menyampaikan gagasan, visi, misi, serta citra pasangan calon kepada publik. Pesan kampanye bukan hanya sekadar kumpulan informasi, melainkan merupakan bentuk komunikasi strategis yang dirancang secara sistematis untuk membentuk persepsi, membangun kepercayaan, serta memengaruhi sikap dan perilaku pemilih. Pesan menjadi jembatan utama antara pasangan calon dan masyarakat, di mana keberhasilan kampanye sangat ditentukan oleh seberapa tepat, relevan, dan efektif pesan tersebut disampaikan.

Adapun pesan kampanye yang dimuat oleh pasangan Prabowo-Gibran adalah sorotannya pada pentingnya kebijakan yang berfokus pada kesejahteraan sosial, seperti perbaikan gizi masyarakat. Oleh karena itu, program yang diusung antara lain makan siang gratis untuk pelajar dan santri, berbagi susu untuk anak-anak, serta bantuan gizi untuk ibu hamil. Program-program yang disampaikan ini tidak hanya berfokus pada program makan siang gratis saja, tetapi juga mencakup pembangunan hilirisasi, membangkitkan pertumbuhan ekonomi petani serta lapangan pekerjaan untuk UMKM. Misalnya dalam upaya hilirisasi ini, Indonesia diharapkan tidak lagi bergantung pada ekspor bahan mentah, melainkan mampu mengembangkan sektor industri nasional yang lebih berdaya saing, membuka peluang kerja yang luas, dan meningkatkan pendapatan negara. Lebih lanjut, dalam konteks Bangka Belitung, Prabowo juga menyampaikan tentang potensi kekayaan alam yang dimiliki oleh daerah tersebut, seperti lada dan timah yang dianggapnya sangat penting bagi kemajuan dunia dan kemakmuran Indonesia. Sehingga, ia menyatakan komitmennya bersama Gibran dan koalisi Indonesia Maju untuk menjaga dan mengelola kekayaan alam Indonesia dengan bijaksana.

Selanjutnya Prabowo-Gibran berencana untuk meningkatkan akses petani terhadap sumber daya, teknologi, dan pasar, dengan harapan kesejahteraan petani dapat meningkat. Program-program seperti pelatihan pertanian, penyediaan alat dan mesin pertanian, serta dukungan finansial bagi petani kecil menjadi bagian dari strategi ini. Terakhir adalah komitmen mereka untuk melanjutkan dan memperkuat program-program pemerintahan Presiden Joko Widodo, terutama dalam sektor kesejahteraan sosial dalam hal ini adalah bansos. Bansos dianggap sebagai bentuk kehadiran negara dalam menjamin kehidupan dasar warganya, terutama kelompok rentan seperti lansia, buruh harian, ibu rumah tangga, dan pekerja informal. Dalam hal ini, bantuan sosial (bansos) dan program bantuan bagi masyarakat miskin menjadi titik tekan karena dianggap sebagai bentuk kehadiran negara dalam menjamin kesejahteraan kelompok masyarakat yang paling rentan. Pernyataan tersebut mencerminkan bahwa pasangan calon tidak hanya ingin melanjutkan kekuasaan secara administratif, tetapi juga mempertahankan pendekatan pro-rakyat yang telah diterapkan oleh pemerintahan sebelumnya. Dalam konteks komunikasi politik, pesan ini juga bertujuan untuk menarik simpati pemilih, khususnya mereka yang selama ini merasakan manfaat langsung dari kebijakan bansos dan bantuan rakyat miskin.

Dalam konteks kampanye politik Prabowo-Gibran, istilah “gemoy” menjadi salah satu bagian menarik dari pesan kampanye yang disampaikan kepada publik, khususnya pemilih



muda yang sangat responsif terhadap simbol, tren media sosial, dan gaya komunikasi yang ringan. penggunaan istilah “gemoy” dalam kampanye Prabowo memberikan dampak positif terhadap persepsi publik, khususnya generasi muda. Sebutan tersebut membuat citra Prabowo yang sebelumnya dikenal tegas dan serius berubah menjadi lebih hangat, bersahabat, dan mudah didekati. Ini menandakan bahwa branding yang bersifat ringan dan emosional dapat membangun kedekatan psikologis antara kandidat dan pemilih muda, serta membuat mereka merasa lebih terhubung dengan sosok calon pemimpin.

Pergeseran persepsi dari citra yang tegas dan kaku menjadi lebih santai dan bersahabat, berkat penggunaan pesan simbolik seperti “gemoy”. Branding ini dianggap berhasil mengikis jarak antara kandidat dan pemilih muda, yang sebelumnya mungkin merasa tidak dekat atau bahkan takut terhadap figur militeristik. Istilah ini muncul dalam berbagai bentuk kampanye, seperti meme, video TikTok, merchandise (kaos, stiker, topi), hingga orasi kampanye yang secara sadar menggunakan kata “gemoy” sebagai pemantik simpati massa. Tidak hanya branding “gemoy” tapi cara untuk menarik pemilih muda salah satunya dengan menyelenggarakan turnamen Mobile Legends. Dalam rangka menarik perhatian pemilih muda, kampanye pasangan Prabowo–Gibran juga dikemas melalui kegiatan yang dekat dengan keseharian anak muda, seperti turnamen e-sports, salah satunya Mobile Legends. Meskipun kegiatan ini tampak seperti hiburan semata, namun sebenarnya mengandung pesan kampanye politik yang bersifat simbolik dan emosional. Dengan mengusung pesan simbolik seperti ini, pasangan Prabowo–Gibran tidak hanya menyampaikan program atau janji politik, tetapi juga membangun narasi emosional yang mengakar dalam imajinasi publik.

3. Media Komunikasi Politik

Media komunikasi politik memainkan peran penting dalam mengkampanyekan, dan menyebarkan, pesan-pesan politik yang dibawa oleh calon atau partai politik kepada masyarakat. Kampanye pasangan Prabowo-Gibran, penggunaan media tidak hanya terbatas pada media massa tradisional seperti televisi dan radio, tetapi juga mengarah pada penggunaan media digital yang semakin dominan, seperti media sosial. Menurut Dan Nimmo, media berfungsi sebagai saluran yang memungkinkan penyampaian informasi politik dengan berbagai macam format baik itu berbentuk visual, verbal, atau interaktif yang pada gilirannya dapat membentuk persepsi publik terhadap kandidat dan program yang diusungnya.

Pasangan Prabowo-Gibran memanfaatkan kekuatan media sosial, khususnya platform seperti Instagram, TikTok, dan Facebook, untuk menciptakan kedekatan emosional dengan pemilih muda dan kelompok masyarakat yang lebih aktif di dunia digital. Konten kampanye yang diproduksi cenderung bersifat ringan, menghibur, dan mudah dicerna, seperti video singkat yang memperlihatkan sisi humoris Prabowo atau interaksi dengan masyarakat dalam suasana santai. Hal ini mencerminkan upaya mereka untuk menciptakan citra yang lebih mudah diterima oleh berbagai kalangan, sekaligus mendekatkan figur Prabowo dan Gibran dengan pemilih dari generasi milenial dan Z.

Tim sukses Pasangan Prabowo-Gibran memadukan strategi tatap muka dengan kampanye digital untuk menjangkau berbagai segmen pemilih terutama generasi muda yang lebih aktif di dunia maya. Bahwa media komunikator politik melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Tiktok menjadi sarana yang efektif untuk menjangkau pemilih, khususnya generasi muda. Kampanye melalui media sosial merupakan cara yang ampuh untuk



menggaet pemilih khususnya pemilih muda. Mengingat media sosial didominasi oleh Generasi Milenial dan Generasi Zilenial Pada tahun 2024 ini pemilih muda menjadi sasaran utama kampanye.

Meskipun media sosial menjadi alat yang efektif untuk menjangkau pemilih muda, media konvensional seperti baliho, spanduk, dan media luar ruang lainnya masih memainkan peran yang sangat signifikan dalam kampanye di wilayah yang memiliki keterbatasan akses digital. Kegiatan kampanye langsung, seperti dialog terbuka dengan masyarakat dan kunjungan ke komunitas, tetap menjadi bagian penting dari strategi komunikasi politik mereka. Tim relawan dan tim sukses pasangan Prabowo-Gibran sering terlibat dalam interaksi tatap muka yang memungkinkan mereka untuk menjelaskan program-program pasangan calon, seperti makan siang gratis untuk pelajar dan santri, yang menjadi salah satu program unggulan dalam menarik dukungan masyarakat. Media komunikasi politik yang dilakukan tim sukses melalui pendekatan langsung dengan mengadakan pertemuapertemuan ke dusun-dusun dan juga desa menimbulkan kedekatan emosional kepada para pemilih. Melakukan pertemuan di dusun dan di desa media komunikasi politik ini tidak hanya menyampaikan visi-misi serta program-program pasangan PrabowoGibran tetapi juga untuk menjangkau kelompok masyarakat yang belum tersentuh media massa. Melalui media komunikasi politik langsung ini tim sukses lebih mudah membangun kepercayaan kepada para pemilih. Kampanye ini mencakup berbagai acara dan pertemuan, mulai dari tingkat desa hingga dusun, serta melibatkan kelompok organisasi dan tokoh agama. Melalui model komunikasi politik langsung ini, tim sukses dan tim relawan juga berperan sebagai penghubung antara aspirasi masyarakat dengan pasangan calon, para tim sukses yang tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga aktif mendengarkan kebutuhan dan harapan masyarakat.

4. Penerima Pesan Politik

Dalam kampanye pasangan politik pasangan Prabowo-Gibran di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, penerima pesan politik adalah masyarakat yang menjadi target utama dari komunikasi politik yang disampaikan oleh tim sukses dan tim relawan. Penerimaan pesan politik tidak hanya bergantung pada seberapa sering pesan disampaikan, tetapi juga pada seberapa relevan pesan tersebut dengan kebutuhan dan harapan pribadi para penerima. Kampanye politik pasangan Prabowo-Gibran di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung tidak hanya bertujuan untuk menyampaikan pesan politik saja, tetapi juga untuk memenuhi harapan masyarakat terhadap program-program yang mereka tawarkan. Pemilih sebagai penerima pesan politik aktif dalam menilai dan memilih berdasarkan kesesuaian pesan dengan kebutuhan dan keinginan mereka.

Merujuk pada temuan penelitian bahwa pemilih lebih memilih pasangan Prabowo-Gibran karena mereka merasa pesan kampanye dan program-program yang diusung sesuai dengan harapan mereka, terutama terkait dengan visi-misi yang dianggap relevan dan memberikan solusi terhadap kebutuhan masyarakat. Penerima pesan ini memperlihatkan bahwa masyarakat berperan aktif dalam memahami, menilai, dan menerima pesan politik yang menjadi faktor penentu dalam pemilihan mereka. Masyarakat juga menunjukkan kepercayaan terhadap kredibilitas personal calon, yaitu latar belakang pendidikan mereka, yang menunjukkan bahwa penerima pesan juga mempertimbangkan siapa yang menyampaikan pesan. Pemilih tidak hanya terpapar oleh pesan, tetapi juga melakukan proses penilaian dan



pengambilan keputusan berdasarkan isi pesan yang dianggap relevan dengan kondisi sosial mereka

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan mengenai “komunikasi politik (kampanye politik pasangan Prabowo-Gibran dalam pemilihan Presiden 2024 di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung)” yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, peneliti menarik kesimpulan bahwa kampanye politik pasangan Prabowo-Gibran di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung peneliti menarik kesimpulan ada beberapa poin penting. Pasangan calon, Tim sukses, dan tim relawan, memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan kampanye. Tim sukses menyampaikan visi dan misi, dan tim relawan bertindak sebagai komunikator penting antara kandidat dan masyarakat. Mereka memperluas jangkauan kampanye dan memastikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Kampanye ini menekankan pada kebijakan kesejahteraan sosial, seperti makanan gratis untuk siswa, bantuan gizi untuk ibu hamil, dan dukungan gizi anak. Selain itu, Prabowo dan Gibran menyoroti sumber daya alam Bangka Belitung, seperti lada dan timah, yang sangat penting bagi kekayaan Indonesia dan perdagangan global, dan berkomitmen untuk pengelolaan sumber daya yang berkelanjutan. Mereka juga berfokus pada pemberdayaan ekonomi bagi para petani melalui pelatihan dan akses pasar, serta melanjutkan program-program sosial dari pemerintahan Presiden Joko Widodo untuk mengurangi kemiskinan. Pesan simbolik yang mereka gunakan istilah-istilah yang mudah diingat seperti “gemoy” dan melibatkan pemilih muda melalui kegiatan-kegiatan seperti turnamen Mobile Legends dan slogan-slogan seperti “Oke Gas”. Kampanye ini menggunakan berbagai media komunikasi, termasuk jejaring sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook, untuk menarik minat pemilih muda. Interaksi langsung, seperti kunjungan rumah ke rumah dan dialog terbuka, tetap penting untuk membangun hubungan politik yang relevan. Komunikasi Politik (Studi Terhadap Kampanye politik pasangan

Prabowo-Gibran dalam pemilihan presiden 2024 di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung) menurut Dan Nimmo 1999. Pertama, Komunikator politik, yang terdiri dari pasangan calon, tim sukses, dan tim relawan juga memainkan peran penting dalam menyampaikan pesan kampanye. Tim sukses memiliki peran penting dalam menyampaikan visi dan misi, serta membangun narasi yang mudah dipahami publik. Tim relawan juga berfungsi sebagai komunikator penting, menjembatani kandidat dengan masyarakat. Mereka memperluas jangkauan kampanye dan mendengarkan kebutuhan serta diskusi warga, memastikan bahwa pesan yang disampaikan sesuai dengan apa yang diinginkan masyarakat. Kedua, Pesan kampanye politik memiliki peran penting dalam menyampaikan ide, visi, dan misi calon kepada masyarakat.

Pasangan Prabowo-Gibran menekankan kebijakan kesejahteraan sosial, termasuk program makan siang gratis untuk pelajar dan santri, bantuan nutrisi untuk ibu hamil, serta dukungan gizi anak-anak. Pasangan Prabowo-Gibran juga menyoroti potensi sumber daya alam di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, seperti lada dan timah, sebagai kekayaan yang penting bagi kemakmuran Indonesia dan perdagangan global. Pasangan Prabowo-Gibran berkomitmen untuk mengelola sumber daya alam secara berkelanjutan demi kepentingan rakyat. Selain itu,



pasangan Prabowo-Gibran juga menyampaikan program pembangunan hilirisasi dan pemberdayaan ekonomi bagi petani melalui pelatihan dan akses pasar. Fokus pada perkembangan ekonomi dan lapangan kerja di UMKM sangat penting. Pasangan Prabowo-Gibran juga berencana meneruskan program sosial dari pemerintahan Presiden Joko Widodo, termasuk bantuan sosial untuk mengurangi kemiskinan. Pada aspek komunikasi, istilah “gemoy” digunakan dalam kampanye untuk menarik perhatian pemilih muda dan menciptakan citra yang lebih hangat. Kampanye juga melibatkan kegiatan seperti turnamen Mobile Legends untuk menyasar pemilih muda.

Penggunaan istilah populer seperti “Oke Gas” juga menjadi bagian dari pesan simbolik untuk menjangkau pemilih muda. Secara keseluruhan, fokus pada program sosial, pendekatan emosional, dan strategi komunikasi yang sesuai dengan generasi muda adalah elemen penting dalam kampanye pasangan Prabowo-Gibran. Melalui berbagai program dan pesan simbolik, mereka berusaha membangun citra positif, serta menarik simpati pemilih dengan cara yang menyenangkan dan berkesan. Ketiga, Media komunikasi politik, sangat penting untuk menyebarkan pesan-pesan politik dari calon atau partai kepada masyarakat. Kampanye pasangan Prabowo-Gibran menggunakan berbagai media, termasuk media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook, selain media massa tradisional. Mereka menciptakan konten yang sederhana dan menghibur, yang bertujuan untuk mendekatkan diri dengan pemilih muda, terutama generasi milenial dan Z. Media sosial ikut membentuk cara orang menafsirkan informasi politik. Namun, media konvensional seperti baliho dan spanduk tetap berperan penting, terutama di wilayah dengan akses digital yang terbatas. Interaksi langsung di lapangan, seperti dialog terbuka dan kunjungan ke komunitas, tetap menjadi bagian penting dari media komunikasi politik Prabowo-Gibran. Kegiatan silaturahmi dari rumah ke rumah oleh tim sukses membantu menjelaskan program-program prioritas kandidat dan menjalin kedekatan emosional dengan pemilih.

Komunikasi politik melalui pendekatan langsung menjadi kekuatan utama dalam menjangkau pemilih di berbagai lapisan masyarakat. Keempat Penerima pesan politik, Keberhasilan kampanye diukur dari seberapa baik masyarakat memahami dan menilai pesan-pesan tersebut. penerima pesan politik, yaitu masyarakat yang menjadi target kampanye, menunjukkan peran aktif dalam menilai pesan yang mereka terima. Mereka tidak hanya menerima pesan secara pasif, tetapi juga mengkaji relevansi pesan tersebut dengan kebutuhan dan harapan mereka. Isu-isu penting seperti ekonomi, pendidikan, dan pemberantasan korupsi menjadi fokus perhatian mereka dalam menilai program-program pasangan Prabowo-Gibran.

Saran

Untuk lebih diperhatikan pada konsistensi pesan yang disampaikan oleh tim kampanye dan bagaimana mereka memastikan pesan tersebut diterima dengan baik oleh berbagai kelompok masyarakat. untuk lebih menekankan pada peran komunikasi dua arah dalam kampanye politik. Fokuskan pada bagaimana tim kampanye tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga mendengarkan dan merespons umpan balik dari masyarakat



DAFTAR RUJUKAN

- Database Peraturan. *Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor (15 Tahun 2023)*. From peraturan.bpk.go.id <https://peraturan.bpk.go.id/Details/263594/peraturan-kpu-no-15tahun-2023>. Diakses pada tanggal 2 Februari 2024.
- Nimmo, Dan dan Keith Sanders (Eds). 1981. *Handbook of Political Communication*. London: Sage.
- Nimmo, D. (1999). *Komunikasi Politik (Komunikator, Pesan, dan Media)*. Remadja Posdakarya.
- O'Cass,A. (2004). *Fashion clothing consumption: antecedents and consequences of fashion clothing involvement*. *European Journal of Marketing*. Vo.38. No7.
- Yusuf, A. Muri, (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.