

STRATEGI POLITIK KAMPANYE PRABOWO SUBIANTO DI DKI JAKARTA DALAM PILPRES 2024

Tonny Abner Serang¹, Sri Yunanto², Usni³

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

Email: abnerserang@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi politik yang digunakan dalam memenangkan dukungan pemilih di wilayah ibu kota. Fokus kajian diarahkan pada penerapan strategi ofensif dan defensif sebagai bagian dari teori strategi politik, serta pendekatan teori kampanye politik dalam membangun citra dan mempengaruhi perilaku pemilih. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif analitis, di mana data diperoleh melalui studi literatur, dokumentasi, serta analisis terhadap dinamika politik dan media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi ofensif kampanye Prabowo diwujudkan melalui penguatan citra sebagai pemimpin berpengalaman, penyampaian visi masa depan, serta pendekatan emosional yang menekankan kedekatan dengan rakyat. Sementara itu, strategi defensif dijalankan dengan cara meredam isu negatif, melakukan klarifikasi terhadap serangan politik, serta membangun rekonsiliasi citra. Teori kampanye politik menunjukkan bahwa kombinasi pendekatan emosional dan rasional menjadi kunci dalam menjangkau beragam lapisan pemilih perkotaan di Jakarta. Kesimpulannya, keberhasilan Prabowo memenangkan kontestasi politik di DKI Jakarta pada Pilpres 2024 merupakan hasil sinergi strategi politik yang adaptif dan kampanye yang mampu menyentuh kebutuhan sekaligus harapan masyarakat.

Kata Kunci: Strategi Politik, Kampanye Politik, Prabowo Subianto, Pemilu DKI Jakarta.

Abstract

This research aims to analyze the political strategies used to win voter support in the capital city. The study focuses on the application of offensive and defensive strategies as part of political strategy theory, as well as the theoretical approach to political campaigns in building image and influencing voter behavior. This research uses qualitative methods with a descriptive analytical approach, where data is obtained through literature studies, documentation, and analysis of political and media dynamics. The results show that Prabowo's offensive campaign strategy is realized through strengthening his image as an experienced leader, conveying a vision for the future, and an emotional approach that emphasizes closeness to the people. Meanwhile, his defensive strategy is implemented by suppressing negative issues, clarifying political attacks, and building image reconciliation. Political campaign theory suggests that a combination of emotional and rational approaches is key to reaching diverse segments of urban voters in Jakarta. In conclusion, Prabowo's success in winning the political contest in Jakarta in the 2024 Presidential Election is the result of a synergy of adaptive political strategies and a campaign that is able to address the needs and hopes of the community.

Keywords: Political Strategy, Political Campaign, Prabowo Subianto, DKI Jakarta Election.

A. PENDAHULUAN

Demokrasi dalam pemilihan umum dirancang untuk menggantikan sistem pengangkatan yang khas pada negara monarki, yang sering kali dianggap berpotensi melahirkan pemimpin otoriter. Pemilu merupakan implementasi konkret dari sistem demokrasi yang memungkinkan warga negara untuk berpartisipasi langsung dalam pemilihan pejabat publik, menegaskan bahwa kekuasaan sejatinya berada di tangan masyarakat.

Pemilihan Presiden (Pilpres) merupakan salah satu pilar utama dalam sistem demokrasi di Indonesia. Sejak diberlakukannya pemilihan presiden secara langsung pada tahun 2004, Pilpres menjadi mekanisme formal yang tidak hanya menentukan siapa yang akan memimpin negara, tetapi juga menjadi sarana penguatan partisipasi politik masyarakat. Selain itu, Pilpres menjadi instrumen untuk menguji kedewasaan demokrasi bangsa Indonesia. Proses pemilu yang berlangsung secara jujur, adil, transparan, dan damai akan mencerminkan kualitas demokrasi suatu negara. Di sisilain, Pilpres juga berfungsi sebagai momentum evaluasi kebijakan pemerintah sebelumnya dan memberikan ruang bagi masyarakat untuk memilih arah pembangunan nasional lima tahun ke depan.

Pilpres 2024 berlangsung di tengah pemulihan pasca pandemi Covid-19. Masyarakat Indonesia masih menghadapi dampak sosial dan ekonomi yang ditinggalkan pandemi, yang turut membentuk aspirasi politik pemilih. Kesehatan, pemulihan ekonomi, serta reformasi dalam sektor kesehatan dan pendidikan menjadi topik penting dalam diskursus politik nasional. Polarisasi politik dan media sosial seperti dalam Pilpres sebelumnya, polarisasi politik kemungkinan akan semakin tajam, terutama dengan peran media sosial yang semakin dominan dalam mempengaruhi opini publik. Informasi, disinformasi, dan kampanye berbasis digital akan memainkan peran besar dalam membentuk persepsi pemilih. Dinamika ini menuntut kampanye yang lebih modern dan responsif terhadap perkembangan teknologi dan media.

DKI Jakarta sebagai ibu kota negara memiliki posisi strategis, baik dari sisi jumlah pemilih maupun pengaruh politik. Hasil perolehan suara di Jakarta kerap menjadi barometer peta kekuatan politik nasional, sehingga calon presiden menempatkan DKI Jakarta sebagai salah satu daerah prioritas dalam pemenang strategi. DKI Jakarta adalah pasar politik yang sangat heterogen kepadatan penduduk tinggi, komposisi kelas sosial yang timpang, dan pemilih yang tersebar dari kampung padat, rusun, permukiman menengah, hingga apartemen premium. Heterogenitas ini memunculkan masalah pertama: fragmentasi preferensi. Isu yang menjual di satu kantong suara misalnya soal UMKM atau transportasi tidak otomatis relevan di kantong lain yang lebih sensitif pada stabilitas harga, kemacetan, atau keamanan. Strategi pesan karenanya berisiko terpecah dan kehilangan konsistensi jika tidak dikelola dengan segmentasi yang presisi.

Pada Pemilu 2024, peran Jakarta semakin signifikan, selain memiliki jumlah pemilih yang cukup besar, DKI Jakarta juga merekrut masyarakat dengan latar belakang yang sangat heterogen, mulai dari kelas pekerja, pelajar, profesional, pengusaha, hingga elite politik. Keberagaman ini menjadikan Jakarta sebagai daerah dengan karakter pemilih yang rasional, kritis, dan sangat peka terhadap isu-isu nasional maupun internasional.

Dalam setiap Pilpres sebelumnya, kecenderungan politik pemilih Jakarta sering kali mencerminkan pola pemilihan yang berbeda dengan daerah lain, sehingga kemenangan atau kekalahan di Jakarta menjadi salah satu tolok ukur kekuatan strategi politik kandidat di tingkat nasional. Pada Pemilu 2024, persaingan di Jakarta semakin kompleks seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan pergeseran perilaku pemilih yang semakin rasional dan kritis. Oleh karena itu, DKI Jakarta bukan hanya sekedar daerah pemilihan, tetapi menjadi barometer penting yang dapat menentukan arah kekuatan politik nasional.

Menjelang pemilihan umum, Jakarta menjadi area yang cukup unik, meski secara nasional Prabowo-Gibran cukup dominan, survei LSI menunjukkan bahwa di ibu kota,

Anies-Muhaimin sedikit unggul menggemakan pengaruh kuat Anies di urban dan konstelasi politik lokal. Data survei menunjukkan, Prabowo-Gibran, 35,7 %, Anies-Muhaimin, 36,3 %, Ganjar-Mahfud, 26,4 %. Sementara itu, lembaga survei Indonesia menunjukan bahwa di DKI Jakarta, elektabilitas Prabowo-Gibran di DKI hanya 35,7%, Anies-Muhaimin 36,3%, dan Ganjar-Mahfud 26,4%. Versi Indikator Politik yang dirilis 20 Januari 2024, juga menampilkan data yang tidak jauh berbeda. DKI Jakarta, Anies-Muhaimin 50,4%, Prabowo-Anies di angka 24,9% dan Ganjar-Mahfud 24,6%. Sementara itu, hasil survei Charta Politika Indonesia pada tanggal 21 Januari 2024, juga menunjukkan dominasi Prabowo-Gibran di Pulau Jawa. Namun demikian, berbeda dengan hasil survei lainnya, Charta Politika menggabungkan wilayah survei DKI Jakarta dan Banten. Elektabilitas Prabowo dan Ganjar di kedua wilayah ini sebanyak 36%, unggul dibandingkan dengan Anies-Muhaimin yang menguntit ketat di angka 34%. Adapun Ganjar Mahfud hanya di angka 25%.

Secara keseluruhan, fenomena Pilpres 2024 di DKI Jakarta menunjukkan tantangan besar dalam hal partisipasi pemilih yang menurun dan tinggi angka golput, yang disebabkan oleh ketidaksesuaian calon dengan aspirasi warga, fenomena pemilu bimbang, serta dinamika politik lokal yang kompleks termasuk politik identitas dan kekuatan basis partai. Fenomena ini menjadi refleksi penting bagi demokrasi di ibu kota yang multikultural dan berpengaruh secara nasional. Pilpres 2024 menjadi kontestasi yang sangat dinamis dengan beragam isu yang relevan dengan konteks sosial, ekonomi, pendidikan, kesehatan, dan politik Indonesia saat ini. Kandidat yang dapat merespons kebutuhan masyarakat dan memanfaatkan dinamika politik dengan baik akan memiliki peluang besar untuk memenangkan Pilpres. Pemilih akan semakin cerdas dalam memilih kandidat yang dapat memberikan solusi konkret terhadap masalah yang mereka hadapi, baik di tingkat nasional maupun internasional.

Fakta bahwa Prabowo Subianto mampu memperoleh dukungan signifikan di DKI Jakarta menjadi fenomena menarik untuk diteliti, mengingat pada Pilpres sebelumnya, wilayah ini dikenal sebagai basis suara yang cukup dinamis dan kompetitif. Hal ini menandakan bahwa strategi kampanye yang diterapkan memiliki daya pengaruh yang kuat terhadap persepsi dan preferensi pemilih.

B. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Berfokus pada pemahaman mendalam terhadap strategi politik kampanye yang dijalankan oleh Prabowo Subianto di wilayah DKI Jakarta dalam konteks Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024, serta mengkaji fenomena politik secara kontekstual, komprehensif, dan berbasis makna, khususnya dalam melihat pola, pesan, dan praktik kampanye yang digunakan.

Pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dan studi kepustakaan, serta wawancara dengan salah satu Pengurus Pusat Partai Gerindra Brigjen TNI (Purn.) Anwar Ende. Data diperoleh dengan mengumpulkan berbagai dokumen dan sumber tertulis yang relevan, seperti pemberitaan media massa nasional dan lokal, rilis resmi tim kampanye, konten kampanye di media sosial, pidato politik, serta hasil survei dan laporan lembaga independen yang berkaitan dengan Pilpres 2024 di DKI Jakarta.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer berupa dokumen dan materi kampanye Prabowo Subianto yang diproduksi selama masa kampanye Pilpres 2024, baik dalam bentuk teks, visual, maupun audio visual. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, artikel ilmiah, laporan lembaga survei, serta publikasi resmi Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) yang relevan dengan konteks penelitian.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik kualitatif analisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti memilah dan memfokuskan data yang relevan dengan strategi kampanye politik

Prabowo Subianto di DKI Jakarta. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif untuk memudahkan pemahaman terhadap pola dan bentuk strategi kampanye yang digunakan. Tahap akhir dilakukan dengan kesimpulan menarik berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan secara sistematis dan logistik.

Pelaksanaan penelitian dilakukan secara bertahap, dimulai dari penentuan fokus penelitian, pengumpulan data, analisis data, hingga penyusunan laporan penelitian. Seluruh proses penelitian dilaksanakan dengan mengedepankan prinsip objektivitas dan validitas data, sehingga hasil penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang utuh dan mendalam mengenai strategi politik kampanye Prabowo Subianto di DKI Jakarta dalam Pilpres 2024.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Peta Kekuatan Politik di DKI Jakarta Menjelang Pilpres 2024

Menjelang Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024, DKI Jakarta menjadi salah satu provinsi yang memiliki posisi strategis dalam peta perpolitikan nasional. Sebagai ibu kota negara dan pusat pemerintahan, DKI Jakarta bukan hanya memiliki jumlah pemilih yang besar, tetapi juga berperan penting dalam membentuk opini publik nasional. Oleh karena itu, kontestasi politik di wilayah ini selalu mendapat perhatian khusus dari para kandidat dan partai politik pengusungnya.

Secara historis, DKI Jakarta merupakan wilayah dengan tingkat dinamika politik yang tinggi. Masyarakatnya cenderung kritis dan memiliki akses informasi yang luas, sehingga pendekatan politik di daerah ini harus disesuaikan dengan karakteristik pemilih yang beragam, baik dari sisi etnis, agama, tingkat pendidikan, maupun preferensi politik.

Menjelang Pemilihan Presiden Tahun 2024, isu politik identitas sebenarnya juga muncul namun tidak menguat seperti halnya dalam Pemilihan Presiden 2014 dan Pemilihan Presiden 2019. Dalam konteks Pilpres 2024, peta kekuatan politik di DKI Jakarta menunjukkan adanya polarisasi dukungan terhadap pasangan calon presiden dan wakil presiden. Prabowo Subianto yang berpasangan dengan Gibran Rakabuming Raka diusung oleh koalisi besar yang terdiri dari Partai Gerindra, Golkar, PAN, Demokrat, dan sejumlah partai lainnya. Di DKI Jakarta sendiri, Partai Gerindra dan Golkar memiliki basis dukungan yang cukup kuat, terutama di kawasan Jakarta Timur dan Jakarta Utara. Kehadiran Gibran sebagai cawapres juga memperluas segmentasi pemilih muda yang selama ini cukup besar di Jakarta. Sementara itu, kekuatan oposisi di DKI Jakarta juga tidak bisa diabaikan. Basis pendukung Anies Baswedan yang sebelumnya menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta masih cukup signifikan. Partai NasDem, PKS, dan Partai Demokrat yang sempat berada dalam barisan pendukung Anies memiliki jaringan yang kuat di wilayah ini, terutama di kalangan kelas menengah dan kelompok Islam perkotaan.

Menjelang pemilihan umum, Jakarta menjadi area yang cukup unik, meski secara nasional Prabowo-Gibran cukup dominan, survei LSI menunjukkan bahwa di ibu kota, Anies-Muhaimin sedikit unggul menggemakan pengaruh kuat Anies di urban dan konstelasi politik lokal. Data survei menunjukkan, Prabowo-Gibran, 35,7 %, Anies-Muhaimin, 36,3 %, Ganjar-Mahfud, 26,4 %. Sementara itu, lembaga survei Indonesia menunjukkan bahwa di DKI Jakarta, elektabilitas Prabowo-Gibran di DKI hanya 35,7%, Anies-Muhaimin 36,3%, dan Ganjar-Mahfud 26,4%. Versi Indikator Politik yang dirilis 20 Januari 2024, juga menampilkan data yang tidak jauh berbeda. DKI Jakarta, Anies-Muhaimin 50,4%, Prabowo-Anies di angka 24,9% dan Ganjar-Mahfud 24,6%. Sementara itu, hasil survei yang dipublikasikan oleh Charta Politika Indonesia pada tanggal 21 Januari 2024, juga menunjukkan dominasi Prabowo-Gibran di Pulau Jawa. Namun demikian, berbeda dengan hasil survei lainnya, Charta Politika menggabungkan wilayah survei DKI Jakarta dan Banten. Elektabilitas Prabowo dan Ganjar di kedua wilayah ini sebanyak 36%, unggul dibandingkan

dengan Anies-Muhaimin yang menguntit ketat di angka 34%. Adapun Ganjar Mahfud hanya di angka 25%.

Pemilih di DKI Jakarta cenderung rasional, kritis, dan responsif terhadap isu-isu aktual. Media sosial memiliki pengaruh besar terhadap pembentukan opini publik di Jakarta, yang menjadikan kampanye digital sebagai salah satu medan utama dalam memperebutkan simpati publik. Isu-isu seperti ekonomi, lapangan kerja, pelayanan publik, integritas pejabat, dan rekam jejak kepemimpinan menjadi perhatian utama masyarakat Jakarta. Selain itu, terdapat kecenderungan kuat dari pemilih muda dan pemula untuk tidak terikat pada partai politik tertentu, sehingga mereka lebih mudah dipengaruhi oleh narasi kampanye, citra personal, dan pendekatan komunikasi yang inovatif.

2. Program Kampanye Prabowo Subianto di Pilpres 2024

Adapun program-program kampanye Prabowo Subianto di Pilpres 2024 adalah sebagai berikut:

a. Makan siang gratis, pendidikan, ekonomi

Program kampanye seperti makan siang gratis, pendidikan, dan ekonomi menjadi salah satu instrumen utama yang digunakan untuk menggaet dukungan masyarakat. Program-program ini tidak hanya menjadi janji politik semata, tetapi juga berfungsi sebagai alat komunikasi politik yang mampu menyentuh kebutuhan nyata masyarakat di DKI Jakarta, yang dikenal memiliki karakter pemilih yang rasional dan kritis.

Dalam kontestasi Pilpres 2024, kampanye Prabowo Subianto di DKI Jakarta tidak hanya mengandalkan pendekatan emosional, tetapi juga memperkuat strategi rasional sebagai instrumen utama untuk menarik pemilih yang kritis dan berbasis pada logika serta manfaat nyata. Strategi ini diarahkan kepada segmen pemilih rasional, khususnya kelas menengah perkotaan, generasi muda, serta kelompok profesional dan pekerja, yang umumnya lebih mempertimbangkan isi program dan kapabilitas calon presiden dalam menyelesaikan masalah-masalah konkrit.

Program makan siang gratis menempati posisi penting karena menysasar langsung isu kesejahteraan sosial, khususnya bagi keluarga menengah ke bawah. Strategi ini didesain untuk menghadirkan simbol kepedulian negara terhadap anak-anak dan generasi muda. Dalam konteks Jakarta, program ini dikemas bukan sekadar sebagai bantuan konsumsi, melainkan bagian dari strategi jangka panjang dalam pembangunan sumber daya manusia, yaitu memastikan gizi anak terjaga agar kualitas pendidikan mereka meningkat. Dengan demikian, isu makan siang gratis menjadi alat kampanye yang efektif karena mampu menyentuh sisi emosional pemilih sekaligus memberikan kesan kebijakan yang konkret dan mudah dipahami masyarakat. Keberhasilannya sangat bergantung pada implementasi yang tepat dan pengawasan yang ketat untuk menghindari perlindungan yang dapat merugikan masyarakat.¹ Selain itu, program di bidang pendidikan juga dikedepankan sebagai bagian dari strategi rasional. Prabowo menekankan pentingnya akses pendidikan yang berkualitas dan merata, termasuk melalui penyediaan bantuan beasiswa, peningkatan fasilitas sekolah, serta pelatihan kejuruan bagi lulusan SMA/SMK. Di kota seperti Jakarta, di mana kompetisi tenaga kerja sangat ketat, program pendidikan ini dinilai relevan dan menyentuh kebutuhan generasi muda untuk mendapatkan keterampilan yang sesuai dengan pasar kerja. Dalam bidang ekonomi, strategi rasional ditunjukkan melalui janji – janji kebijakan yang menysasar kestabilan harga kebutuhan pokok, pemberdayaan UMKM, serta pembangunan ekonomi inklusif. Prabowo menyuarakan komitmen untuk memperkuat sektor riil, mendorong industrialisasi, dan meningkatkan investasi, yang dianggap dapat menciptakan lapangan kerja baru dan menyerap tenaga kerja lokal. Hal ini dirancang untuk menjawab kesejahteraan

masyarakat DKI Jakarta yang mengatasi masalah kemiskinan terselubung, inflasi perkotaan, dan kesenjangan sosial ekonomi.

b. Penyampaian visi dan misi melalui media formal

Dalam pelaksanaan pemilihan Presiden 2024, Prabowo Subianto dan pasangannya Gibran Rakabuming Raka menjalankan strategi komunikasi politik yang terencana, termasuk dalam aspek penyampaian visi dan misi melalui media formal. Media formal dalam konteks ini Merujuk pada platform resmi yang diakui oleh negara dan lembaga penyelenggara pemilu, seperti Komisi Pemilihan Umum (KPU), siaran televisi nasional, debat publik, serta dokumen kampanye resmi yang disebarluaskan melalui kanal pemerintah dan media massa arus utama.

Penyampaian melalui media formal juga menampilkan upaya kampanye Prabowo dalam menjaga keselarasan dengan regulasi pemilu serta membangun citra sebagai kandidat yang taat hukum, transparan, dan memiliki arah kepemimpinan yang jelas. Dokumen visi-misi yang diunggah di situs resmi KPU dan ditayangkan di berbagai kanal Penerbitan publik menjadi alat penting untuk menjangkau pemilih di wilayah perkotaan seperti DKI Jakarta yang memiliki tingkat literasi politik tinggi.

Teori strategi politik menjelaskan bagaimana aktor politik merancang langkah-langkah sistematis untuk mencapai tujuan kekuasaan melalui komunikasi, mobilisasi sumber daya, dan pemetaan kondisi social-politik. Dalam hal ini, strategi Prabowo Subianto dalam menyampaikan visi dan misi melalui media formal merupakan bagian dari strategi komunikasi politik yang terstruktur untuk menjangkau pemilih secara luas dan meyakinkan. Penyampaian visi dan misi melalui media formal seperti debat capres, dokumen resmi KPU, televisi nasional, dan media massa mencerminkan pendekatan strategi yang mengutamakan legitimasi, rasionalitas, dan persepsi publik.

c. Nasionalis dan pemimpin rakyat

Dalam kontestasi Pemilu 2024, Prabowo Subianto memanfaatkan strategi kampanye emosional sebagai bagian penting dari pendekatannya untuk menjangkau pemilih, khususnya di wilayah strategis seperti DKI Jakarta. Salah satu wujud nyata dari strategi emosional ini adalah pencitraan diri sebagai figur nasionalis dan pemimpin yang dekat dengan rakyat.

Pencitraan sebagai nasionalis dibangun melalui narasi kuat tentang kecintaan terhadap tanah air, penekanan pada keamanan nasional, serta symbol-simbol patriotik yang sering ditampilkan dalam berbagai kesempatan, baik dalam pidato, tayangan kampanye, hingga unggahan media sosial. Prabowo sering menampilkan dirinya dalam balutan seragam militer, menyanyikan lagu-lagu perjuangan, dan berbicara tentang pentingnya Indonesia bangkit sebagai bangsa besar.

Prabowo menonjolkan nilai-nilai nasionalisme melalui pidato, gagasan, dan cerita pribadi yang menyentuh pengalaman masa lalu serta harapan masa depan bangsa. Ia sering mengangkat isu kedaulatan, kemandirian ekonomi, dan pentingnya membangun Indonesia yang kuat dan berdaulat. Dalam berbagai kesempatan, Prabowo menceritakan pengalaman pribadinya yang berkaitan dengan diskriminasi dan penghinaan terhadap bangsa Indonesia, yang kemudian menjadi refleksi dan motivasi untuk memperjuangkan martabat bangsa.

Dalam beberapa tahun terakhir, Prabowo melakukan transformasi kepribadian dengan menampilkan sisi yang lebih santai, humoris, dan “menggemaskan” (*branding* “gemoy”). Pendekatan ini membuatnya lebih mudah diterima oleh berbagai kalangan, menghapus stigma masa lalu, dan memperkuat citra sebagai pemimpin yang peduli, mengayomi, dan dekat dengan rakyat. Perubahan ini menjadi bagian penting dari strategi branding politik yang efektif dalam memenangkan simpati publik.

Strategi offensif terlihat ketika tim kampanye Prabowo secara aktif membangun narasi positif mengenai dirinya sebagai sosok nasionalis tulen, yang memiliki pengalaman panjang di dunia militer dan politik. Narasi ini diperkuat dengan retorika tentang cinta tanah air, keberpihakan kepada rakyat kecil, serta janji menghadirkan pemerintahan yang kuat dan

berdaulat. Disisi lain, strategi defensif digunakan untuk meredam berbagai kritik maupun isu yang selama ini dilekatkan kepada Prabowo, terutama terkait masa lalu politik dan tuduhan pelanggaran hak asasi manusia. Dalam kerangka “nasionalis dan pemimpin rakyat”, strategi defensif diterapkan dengan cara menggeser perhatian publik dari isu-isu negatif menuju penguatan narasi tentang pengabdian dan keberpihakannya kepada rakyat.

3. Pemanfaatan Media Sosial dengan Pesan Sentuhan (Video, Musik Kampanye)

Di era digital yang semakin maju, media sosial telah menjadi alat penting dalam strategi politik kampanye, termasuk bagi Prabowo Subianto dalam Pemilu 2024. Salah satu bentuk dari strategi emosional yang digunakan adalah pemanfaatan media sosial untuk menyebarkan pesan-pesan kampanye yang menyentuh emosi publik melalui media seperti video naratif, musik kampanye, dan konten visual yang menggugah.

Musik juga menjadi elemen penting dalam strategi emosional. Lagu “Oke Gas Prabowo Gibran” yang diaransemen khusus untuk kampanye, digunakan secara luas di berbagai platform media sosial. Lagu ini memiliki tempo dan irama yang enerjik, sehingga mampu membangkitkan semangat dan kegembiraan di kalangan pendukungnya. Kampanye musik ini sering dijadikan latar belakang video Prabowo berjoget atau berinteraksi dengan masyarakat, memperkuat kesan pesta demokrasi yang riang dan penuh harapan.

Dari sudut pandang teori strategi politik, pemanfaatan media sosial dengan pendekatan emosional adalah strategi adaptif terhadap perubahan lanskap komunikasi politik. Alih-alih hanya mengandalkan debat atau visi-misi dalam bentuk teks, kampanye digital emosional justru membangun citra, menciptakan persepsi, dan memengaruhi sikap publik melalui pemicu emosional.

Dari perspektif strategi ofensif, tim kampanye memanfaatkan media sosial untuk membangun citra positif dan memperluas pengaruh dengan pendekatan kreatif. Video kampanye yang menampilkan interaksi hangat Prabowo dengan masyarakat, disertai musik kampanye bertempo optimistis, menjadi bentuk serangan proaktif terhadap persepsi publik yang sebelumnya melihat Prabowo sebagai figur kaku dan formal. Pesan sentuhan (touch messag) ini dirancang untuk memicu ikatan emosional dengan pemilih, terutama generasi muda urban Jakarta yang aktif di platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Sementara dari perspektif strategis defensif, pemanfaatan media sosial juga diarahkan untuk melindungi citra dan mengantisipasi serangan politik. Dalam konteks DKI Jakarta, isu lama terkait pelanggaran HAM menjadi salah satu tantangan yang sering dimunculkan oleh lawan politik. Tim kampanye merespons dengan mengunggah konten yang menonjolkan sisi kemanusiaan dan kepedulian Prabowo terhadap rakyat kecil, sehingga membentuk narasi tandingan yang memuat potensi serangan tersebut. Kampanye musik yang bernuansa positif dan penuh harapan digunakan untuk mereduksi citra negatif, sekaligus menjaga konsistensi pesan politik di mata publik.

4. Sistematisasi Kampanye Prabowo Subianto di DKI Jakarta Dari Masa Kampanye ke Pilpres 2024

Strategi politik kampanye Prabowo Subianto di DKI Jakarta menuju Pilpres 2024 menunjukkan pola yang sistematis, adaptif, dan menyasar berbagai segmen pemilih secara terukur. Jakarta sebagai ibu kota negara tidak hanya menjadi pusat pemerintahan, ekonomi, dan budaya, tetapi juga menjadi barometer politik nasional. Kampanye Prabowo Subianto di DKI Jakarta pada Pilpres 2024 menampilkan pola strategi yang sangat adaptif dan inovatif, menyesuaikan diri dengan dinamika sosial politik serta karakteristik pemilih di ibu kota. Sejak masa kampanye dimulai, tim Prabowo-Gibran menerapkan pendekatan terintegrasi yang menggabungkan kekuatan media digital, mobilisasi massa, hingga program-program konkret yang menyentuh kebutuhan masyarakat perkotaan.

DKI Jakarta sebagai pusat pemerintahan, ekonomi, dan media nasional memiliki karakter pemilih yang cukup kompleks, rasional, namun juga sangat dinamis. Selama masa kampanye Pilpres 2024, pemilih di DKI Jakarta menunjukkan beragam respons terhadap berbagai pendekatan politik, termasuk kampanye yang dilakukan oleh Prabowo Subianto. Karakteristik pemilih di wilayah ini dipengaruhi oleh beberapa dimensi, seperti latar belakang sosial-ekonomi, tingkat pendidikan, keterpaparan informasi, dan afiliasi politik.

Melalui wawancara langsung dengan salah satu pengurus pusat DPP Gerindra Brigjen TNI (Purn.) Anwar Ende, beliau menyampaikan bahwa pemilih Jakarta secara umum memiliki tingkat literasi politik yang tinggi. Banyak dari mereka yang aktif mengikuti perkembangan politik nasional melalui berbagai saluran informasi, baik media konvensional maupun media sosial. Mereka cenderung kritis terhadap janji politik, dan menilai kampanye berdasarkan rekam jejak, kapabilitas, serta integritas kandidat. Dalam konteks kampanye Prabowo, kelompok ini menilai program kerja, sikap politik, serta konsistensi narasi yang dibawa selama masa kampanye.

Beberapa hal yang menarik pada pasangan Prabowo-Gibran adalah pada kampanye yang kreatif. Prabowo-Gibran memutuskan menggunakan branding ‘gemoy’ dan melakukan kampanye kreatif menggunakan program AI dalam pembuatan konten. Aktivitas ini dinilai sangat efektif dalam menarik perhatian, meningkatkan popularitas dan menambah partisipasi pemilih muda (Sukandar et al., 2024). Penetrasi dalam penggunaan media menjadi senjata yang efektif menilai tingginya jumlah pemilih kelompok generasi milenial dan generasi Z, sebanyak 56% (Muhamad, 2023). Selain itu, pasangan Prabowo-Gibran tentu harus melakukan berbagai strategi kampanye lainnya untuk kemudian menarik suara dari berbagai elemen masyarakat lainnya.

Pada masa tenang menjelang pemungutan suara (14 Februari 2024), mesin politik Prabowo difokuskan pada mobilisasi pemilih dan pengamanan suara. Relawan dan kader partai diarahkan untuk mengingatkan pemilih agar datang ke TPS dan menghindari bentuk-bentuk kecurangan. Strategi kampanye tidak lagi bersifat ofensif, melainkan mengedepankan pesan-pesan damai dan ajakan memilih secara santun. Di Jakarta, yang memiliki latar belakang politik yang dinamis dan kadang sensitif, pendekatan semacam ini sangat penting untuk menjaga stabilitas menjelang hari pemungutan suara.

Secara keseluruhan, pola strategi politik kampanye Prabowo Subianto di DKI Jakarta menunjukkan kematangan dan kecanggihan pendekatan. Ia mampu mengintegrasikan berbagai dimensi strategi dari struktur kekuatan politik, pendekatan emosional dan kultural, penyampaian program secara rasional, hingga pemanfaatan media digital secara kreatif. Pola ini tidak hanya mencerminkan kemampuan adaptif tim kampanye, tetapi juga menunjukkan bahwa kampanye politik modern di kota metropolitan seperti Jakarta harus mampu membaca psikologi publik yang kompleks. Keberhasilan strategi tersebut tercermin dari meningkatnya elektabilitas Prabowo di DKI Jakarta dibandingkan Pilpres sebelumnya, meskipun Jakarta tetap menjadi wilayah yang kompetitif dan plural dalam pilihan politiknya.

5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Strategi Politik Kampanye Prabowo di Wilayah DKI

Efektivitas strategi politik kampanye Prabowo Subianto di wilayah DKI Jakarta pada Pilpres 2024 dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan dan membentuk satu kesatuan yang utuh dalam proses politik. Salah satu faktor utama yang memberikan pengaruh besar adalah kekuatan citra personal Prabowo di mata masyarakat. Dalam beberapa tahun terakhir, Prabowo berhasil membentuk ulang citra dirinya dari seorang figur militer yang keras menjadi sosok yang lebih dekat dengan rakyat, santun, dan penuh dengan narasi persatuan. Transformasi citra ini berhasil membangun kedekatan emosional dengan banyak

pemilih di Jakarta, terutama kalangan kelas menengah dan masyarakat urban yang terpapar langsung oleh media sosial dan pemberitaan.

Perubahan citra Prabowo dari sosok keras dan militeristik menjadi sosok nasionalis yang sejuk dan bersahabat juga berpengaruh besar. Prabowo berhasil membranding dirinya sebagai pemimpin yang dapat dipercaya, nasionalis, dan siap meneruskan pembangunan. Perubahan ini diterima baik oleh publik DKI yang sebelumnya lebih kritis terhadap figur militer. Dukungan dari tokoh nasional maupun lokal, termasuk pejabat yang memiliki pengaruh di DKI Jakarta, memberikan efek pengganda dalam membangun kepercayaan dan memperluas basis dukungan. Hal ini juga membantu meredam resistensi kelompok pemilih yang sebelumnya skeptis terhadap Prabowo. Dalam pelaksanaan kampanye politik, tidak ada strategi yang berjalan mulus tanpa rintangan. Meskipun tim kampanye Prabowo Subianto menunjukkan kerja yang terorganisir dan adaptif, mereka tetap menghadapi berbagai tantangan signifikan yang menguji kelenturan strategi politik mereka.

Faktor-faktor di atas membentuk fondasi utama keberhasilan strategi kampanye Prabowo di DKI Jakarta, dengan penekanan pada adaptasi pesan, tim kolaborasi, media inovasi, serta pendekatan langsung ke masyarakat perkotaan yang sangat dinamis. Efektivitas strategi politik kampanye Prabowo Subianto di DKI Jakarta pada Pilpres 2024 merupakan hasil dari perpaduan berbagai faktor yang saling memperkuat. Keberhasilan kampanye tidak hanya bergantung pada kekuatan mesin partai atau program kerja semata, tetapi juga pada kemampuan membangun citra personal yang kuat, menyentuh sisi emosional dan rasional pemilih, serta menyesuaikan strategi dengan karakteristik sosial-politik masyarakat Jakarta yang kompleks.

6. Rekonsiliasi Citra Politik Untuk Menciptakan Dampak Politik yang Lebih Besar

Dalam upaya memenangkan hati pemilih DKI Jakarta yang dikenal kritis, teredukasi, dan dinamis, Prabowo Subianto menerapkan sejumlah strategi politik yang terukur dan berdampak luas. Strategi ini tidak hanya diarahkan untuk mendulang suara, tetapi juga untuk menciptakan dampak politik yang lebih besar dalam jangka Panjang.

Salah satu strategi utama Prabowo adalah melakukan rekonstruksi citra politik. Ia berupaya melepaskan kesan keras dan elitis yang melekat dari latar belakang militer, menjadi figur yang lebih humanis, merakyat, dan dekat dengan generasi muda. Citra ini dibangun melalui narasi yang menunjukkan perubahan, kedewasaan politik, serta komitmen terhadap stabilitas nasional. Dalam konteks DKI Jakarta, pendekatan ini berhasil menciptakan dampak psikologis positif bagi pemilih yang sebelumnya skeptis terhadap gaya komunikasi Prabowo. Melalui media sosial, terutama TikTok dan Instagram, Prabowo tampil lebih santai, humoris, dan relatable. Hal ini menjadi kekuatan simbolik dalam mendobrak segmentasi pemilih urban. Prabowo sejak masa-masa sebelumnya dikenal kuat dengan citra maskulin, tegas, dan militeristik. Namun, menjelang Pemilu 2024, ia melakukan perubahan drastis pada personal publik. Kampanye dan narasi "gemoy" serta aksi joget di berbagai platform media sosial merupakan pilihan yang sangat strategis untuk melebur citra lama yang kaku dan keras, menjadi lebih santai, ramah, dan dekat dengan generasi muda. Citra "bapak-bapak lucu" ini viral di kalangan generasi Z dan milenial, didorong oleh konten-konten positif seperti animasi, video joget, dan meme Prabowo di TikTok, dan Instagram semuanya bertujuan menarik hati pemilih muda.

Rekonsiliasi citra politik nasional menjadi kebutuhan mendesak bagi Prabowo Subianto, mengingat ia membawa sejarah panjang dalam politik, termasuk isu-isu sensitif seperti pelanggaran pelanggaran HAM dan kegagalannya dalam kontestasi pilpres sebelumnya. Di titik inilah strategi defensif berperan, yaitu dengan melakukan upaya sistematis untuk mereduksi serangan lawan serta mengendalikan narasi negatif yang dapat menggerus kepercayaan publik. Namun, rekonsiliasi citra politik tidak berhenti pada strategi

pertahanan saja. Untuk menciptakan dampak politik yang lebih besar, diperlukan strategi ofensif, yakni dengan membangun narasi baru yang lebih progresif dan ofensif terhadap lawan politik. Tim kampanye Prabowo secara aktif menampilkan dirinya sebagai sosok pemimpin yang mengedepankan persatuan nasional, tekanan pada kehancuran pembangunan, serta memosisikan diri sebagai figur yang mampu mengatasi polarisasi politik pasca Pilpres 2019. Strategi ofensif ini dilakukan melalui safari politik, pertemuan dengan tokoh-tokoh lintas partai maupun komunitas, serta terciptanya slogan dan simbol politik yang menekan persatuan. Dengan demikian, rekonsiliasi citra tidak hanya meredam sisi negatif, tetapi juga mendorong terciptanya citra baru yang lebih kuat, modern, dan diterima oleh berbagai kalangan pemilih di DKI Jakarta.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa strategi politik kampanye Prabowo Subianto di DKI Jakarta pada Pilpres 2024 menunjukkan pola yang terencana, adaptif, dan kontekstual terhadap karakteristik pemilih perkotaan. Kampanye yang dijalankan tidak hanya menekankan aspek elektoral semata, tetapi juga menggabungkan pendekatan emosional dan rasional dalam membangun citra serta memperkuat kesejahteraan dengan masyarakat Jakarta yang heterogen dan kritis. Strategi ini tercermin melalui pemanfaatan isu-isu nasional dan lokal, menumbuhkan narasi kepemimpinan, serta penggunaan media kampanye yang relevan dengan perkembangan teknologi dan dinamika sosial politik masyarakat perkotaan

Selain itu, keberhasilan strategi kampanye Prabowo Subianto di DKI Jakarta tidak terlepas dari kemampuan tim kampanye dalam membaca peta politik daerah, membangun koalisi politik yang solid, serta mengoptimalkan peran relawan dan jaringan pendukung. Kampanye dilakukan secara masif namun tetap tersegmentasi, sehingga pesan politik yang disampaikan dapat menjangkau berbagai lapisan pemilih secara efektif. Hal ini menunjukkan bahwa strategi kampanye modern menuntut perencanaan yang matang, konsistensi pesan, serta kemampuan beradaptasi terhadap perubahan situasi politik.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Jakarta atas dukungan akademik yang diberikan selama proses penelitian dan penulisan artikel ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Bapak Sri Yunanto dan Bapak Usni selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan ilmiah yang berharga. Namun demikian, tanggung jawab ilmiah sepenuhnya berada pada penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, Y. D. B. (2024). Analisis Strategi Kampanye Media dan Nonmedia TKD Prabowo Gibran DKI Jakarta pada Pemilihan Presiden 2024. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(3), 1157-1164.
- Amir, M. (2020). keserentakan pemilu 2024 yang paling ideal berdasarkan putusan mahkamah Konstitusi Republik indonesia. *Al-Ishlah: Jurnal Ilmiah Hukum*, 23(2), 115-131.
- Berlian, D. K., & Lukmantoro, T. (2024). Framing Prabowo Subianto Pada Pilpres 2024 dalam Tabloidisasi Pemberitaan di Detik. Com. *Interaksi Online*, 12(4), 233-249.
- Hakim, L. N. (2024). *Anies Pede Menang di Jakarta, Ini Tren Elektabilitas Capres versi 4 Survei*. Retrieved from: <https://kabar24.bisnis.com/read/20240130/15/1736566/anies-pede-menang-di-jakarta-ini-tren-elektabilitas-capres-versi-4-survei/All>

- Hidayah, N. U., Budiwaspada, A. E., & Mansoor, A. Z. (2024). Agenda Setting Kampanye Prabowo dalam Memperbaiki Citra Pada Pemilu Tahun 2024. *Citradirga: Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Intermedia*, 6(02), 25-37.
- Husna, A. (2015). *Strategi Pemenangan PDI-Perjuangan di Kota Surabaya*. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Mawang, G. T. (2023). *Prabowo umumkan nama baru koalisi jadi Koalisi Indonesia Maju*. Retrieved from: <https://www.antaraneews.com/berita/3701130/prabowo-umumkan-nama-baru-koalisi-jadi-koalisi-indonesia-maju>
- Nasution, M. S. (2023). *Pakar ungkap citra gemoy untuk Prabowo luntur di debat KPU*. Retrieved from: <https://www.antaraneews.com/berita/3871392/pakar-ungkap-citra-gemoy-untuk-prabowo-luntur-di-debat-kpu>
- Sari, S. L. (2024). *Political Branding Prabowo Subianto dalam Memenangkan Hati Rakyat*. Retrieved from: <https://kumparan.com/fnridelisa/political-branding-prabowo-subianto-dalam-memenangkan-hati-rakyat-23n61UN9IEQ>
- Schroder, P. (2010). *Strategi Politik*. Jakarta: Friedrich-Nauman-Stiftung fuer die Freiheit.
- Turnip, S. S. (2025). *Program Makan Siang Gratis, Strategi Pembangunan Nasional yang Menyejahterakan Generasi dan Mendorong Ekonomi Lokal*. Retrieved from: <https://www.askara.co/read/2025/01/26/52953/program-makan-siang-gratis:-strategi-pembangunan-nasional-yang-menyehatkan-generasi-dan-mendorong-ekonomi-lokal>