

MANAJEMEN KAMPANYE POLITIK TIM SUKSES PRABOWO GIBRAN DI KOTA SURABAYA DALAM MEMBANGUN CITRA POLITIK DI KALANGAN PEMILIH PEMULA

¹Achmad Boeyoeng Verdiansyah, ²Mochamad Rizqi, ³Moh. Dey Prayogo

^{1,2,3} Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

aboeyoeng@gmail.com

Abstract

This study examines the political campaign management of the Prabowo-Gibran Success Team in Surabaya in building political image among first-time voters. The study uses a descriptive qualitative approach with the theory of political communication management. The findings reveal that the Success Team's campaign strategies involve social media, direct approaches to voters, and narratives relevant to youth issues. The combination of digital and face-to-face communication effectively builds a positive image of Prabowo-Gibran as inclusive and visionary leaders. However, challenges such as political apathy among first-time voters remain significant.

Keywords: Campaign management, Prabowo-Gibran, political image, first-time voters, Surabaya.

Abstrak

Penelitian ini membahas manajemen kampanye politik Tim Sukses Prabowo-Gibran di Kota Surabaya dalam membangun citra politik di kalangan pemilih pemula. Studi ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teori manajemen komunikasi politik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kampanye Tim Sukses melibatkan media sosial, pendekatan langsung kepada pemilih, dan narasi yang relevan dengan isu pemilih muda. Kombinasi komunikasi digital dan tatap muka efektif membangun citra positif pasangan Prabowo-Gibran sebagai pemimpin inklusif dan visioner. Namun, tantangan tetap ada, seperti apatisme politik di kalangan pemilih pemula.

Kata kunci: Manajemen kampanye, Prabowo-Gibran, citra politik, pemilih pemula, Surabaya.

Pendahuluan

Penyelenggaraan negara secara demokratis sangat bergantung pada pelaksanaan pemilu, karena pemilu merupakan salah satu indikator keberhasilan suatu negara dalam mewujudkan demokrasi. Pemilu memiliki peran penting dalam mengangkat eksistensi rakyat sebagai pemegang kedaulatan tertinggi dalam negara. Dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Pasal 1, disebutkan bahwa pemilu adalah sarana bagi rakyat untuk memilih anggota dewan perwakilan rakyat, anggota dewan perwakilan daerah, presiden, wakil presiden, serta anggota dewan perwakilan rakyat daerah, yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil, sesuai dengan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Pemilu memiliki fungsi dan peran penting, salah satunya adalah sebagai sarana untuk peralihan pemerintahan secara tertib dan damai. Selain itu, pemilu juga dapat memobilisasi dan menggali dukungan rakyat terhadap negara dan pemerintahan. Dalam Undang-Undang

Dasar Republik Indonesia 1945, dijelaskan bahwa kedaulatan rakyat berada di tangan rakyat, dan salah satu wujud dari kedaulatan rakyat adalah penyelenggaraan pemilu untuk memilih presiden dan wakil presiden secara demokratis melalui partisipasi rakyat.

Salah satu kelompok yang memiliki peran penting dalam pemilu adalah pemilih pemula, yaitu generasi muda yang baru pertama kali memiliki hak pilih. Berdasarkan data Komisi Pemilihan Umum (KPU), sekitar 70-80 juta jiwa dari 192.770.611 pemilih di Indonesia adalah pemilih pemula. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya pemilih pemula dalam menentukan hasil pemilu, dengan proporsi mereka yang besar dalam pemilu 2024. Dalam hal ini, tim sukses dari setiap partai politik berperan penting dalam mempengaruhi pemilih pemula untuk memilih calon yang diusung.

Tim sukses berfungsi sebagai penggerak utama dalam kemenangan sebuah partai politik. Mereka merancang, mengorganisir, dan melaksanakan berbagai aspek kampanye politik, termasuk menggalang dukungan finansial dan memobilisasi massa pendukung melalui berbagai saluran komunikasi, baik media sosial, kampanye pintu ke pintu, maupun pertemuan massa. Analisis pasca-pemilu juga menjadi bagian penting dalam menentukan langkah-langkah politik di masa depan. Dengan strategi yang efektif, tim sukses memiliki pengaruh besar dalam memenangkan sebuah kontestasi politik.

Pemilih pemula sering kali menjadi target utama kampanye, karena mereka cenderung lebih mudah dipengaruhi oleh pesan politik yang disampaikan, mengingat mereka belum memiliki pengalaman politik yang cukup. Media sosial menjadi saluran utama dalam menggaet pemilih pemula, karena mereka sangat aktif di platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok. Oleh karena itu, tim sukses perlu merancang pesan kampanye yang relevan dan kreatif agar dapat menjangkau dan mempengaruhi pemilih pemula. Dengan menggunakan media sosial, kampanye dapat lebih menarik perhatian dan membangkitkan emosi pemilih pemula untuk mendukung calon yang diusung.

Selain itu, tim sukses juga dapat memanfaatkan influencer dan tokoh-tokoh populer untuk memperluas jangkauan pesan kampanye mereka. Kolaborasi dengan influencer yang memiliki pengaruh besar di kalangan pemilih pemula dapat memberikan legitimasi tambahan bagi calon yang didukung dan membantu menyebarkan pesan kampanye dengan lebih efektif. Mobilisasi relawan juga menjadi strategi penting dalam memperluas jangkauan kampanye dan meningkatkan partisipasi pemilih pemula dalam proses politik.

Pemilih pemula diharapkan dapat memilih dengan cermat dan rasional tanpa ada tekanan atau manipulasi dari pihak manapun. Kecenderungan politik mereka dipengaruhi oleh keterbukaan mereka terhadap informasi yang disampaikan melalui media, baik itu media sosial maupun media lainnya. Oleh karena itu, strategi kampanye yang efektif dapat mempengaruhi sikap dan perilaku pemilih pemula dalam menentukan pilihan mereka pada pemilu yang akan datang.

Salah satu contoh implementasi strategi kampanye yang berhasil adalah tim sukses dari pasangan calon Prabowo-Gibran pada Pilpres 2024. Tim sukses mereka memanfaatkan media sosial secara maksimal, serta merancang pesan-pesan kampanye yang sesuai dengan karakteristik pemilih pemula, terutama yang berada di kota-kota besar seperti Surabaya. Dengan pendekatan yang interaktif dan relevansi isu-isu yang dekat dengan kehidupan pemilih muda, mereka berhasil meraih dukungan yang signifikan dari kelompok pemilih pemula.

Secara keseluruhan, peran tim sukses dalam mempengaruhi pemilih pemula sangat penting dalam memenangkan pemilihan. Dengan strategi yang tepat, pemilih pemula dapat menjadi salah satu faktor penentu dalam kesuksesan kampanye politik, terutama dalam pemilu 2024.

Metode Penelitian

Metode Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk mendapatkan jawaban mendalam mengenai apa yang dipikirkan dan dirasakan oleh peneliti sendiri dalam mengembangkan sebuah penelitian (Creswell, 2013).

Kemudian, penelitian ini membahas permasalahan-permasalahan yang diperoleh sesuai dengan fakta yang terjadi di lokasi. Menurut Lexy J. Moleong, penelitian kualitatif adalah metode yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme, yang digunakan untuk meneliti pada objek alamiah, di mana peneliti berperan sebagai instrumen kunci, dan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara triangulasi atau gabungan (Moleong, 2011)

Hasil dan Pembahasan

Kampanye politik merupakan salah satu aspek penting dalam proses pemilu yang berperan dalam membentuk citra calon pemimpin di mata masyarakat. Kampanye politik yang dilakukan oleh tim sukses Prabowo-Gibran di Kota Surabaya memiliki tujuan utama untuk membangun citra politik yang positif, terutama di kalangan pemilih pemula. Pemilih pemula, sebagai kelompok yang pertama kali terlibat dalam pemilu, memiliki pandangan dan preferensi politik yang cenderung terbentuk oleh faktor-faktor komunikasi yang efektif dan pendekatan yang relevan dengan kebutuhan mereka.

Manajemen kampanye politik tim sukses Prabowo-Gibran di Surabaya berfokus pada pencapaian komunikasi politik yang dapat merangkul pemilih pemula. Salah satu strategi utama yang diterapkan adalah penggunaan media sosial sebagai saluran utama untuk menyampaikan pesan kampanye. Generasi muda, khususnya pemilih pemula, lebih terhubung dengan media sosial, yang menjadi platform utama untuk memperoleh informasi politik. Tim sukses memanfaatkan media sosial, seperti Instagram, Twitter, dan TikTok, untuk mengedukasi pemilih tentang visi dan misi pasangan calon serta memberi ruang bagi interaksi dan partisipasi pemilih.

Selain media sosial, tim sukses juga menyelenggarakan berbagai acara interaktif yang melibatkan pemilih pemula, seperti diskusi terbuka, seminar, dan kampanye tatap muka. Kegiatan-kegiatan tersebut tidak hanya digunakan untuk menyampaikan program politik, tetapi juga untuk membangun kedekatan emosional dengan pemilih. Dalam konteks ini, komunikasi interpersonal menjadi salah satu elemen penting dalam membangun citra politik pasangan calon, dengan menekankan pada pendekatan yang lebih humanis dan personal.

Faktor utama dalam manajemen kampanye ini adalah segmentasi yang jelas terhadap pemilih pemula, yang mana kampanye politik harus disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan kelompok tersebut. Tim sukses Prabowo-Gibran memahami bahwa pemilih pemula memiliki preferensi yang berbeda dibandingkan dengan kelompok pemilih lainnya, sehingga mereka mengadopsi pendekatan yang lebih kreatif dan lebih relevan bagi pemilih muda. Pesan yang disampaikan berfokus pada nilai-nilai yang dekat dengan kehidupan mereka, seperti pendidikan, lapangan kerja, dan masa depan yang lebih baik.

Selain itu, dalam membangun citra politik yang positif, tim sukses juga menghadapi tantangan dalam memitigasi isu-isu negatif yang mungkin muncul selama kampanye. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan memperkuat narasi positif terkait prestasi Prabowo-Gibran dan menyebarkan informasi yang bisa mengubah persepsi negatif yang ada. Tim sukses berusaha mengedepankan pesan-pesan yang menjanjikan perubahan dan pembaruan, terutama yang relevan dengan pemilih pemula yang menginginkan perubahan dalam politik Indonesia.

Evaluasi terhadap manajemen kampanye politik tim sukses Prabowo-Gibran di Surabaya menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi politik dalam membangun citra politik

sangat bergantung pada pemahaman yang mendalam terhadap karakteristik pemilih pemula. Membangun kepercayaan, mengedukasi mereka tentang pentingnya berpartisipasi dalam pemilu, dan menyampaikan visi misi secara jelas dan menarik merupakan faktor kunci keberhasilan kampanye ini. Tim sukses harus terus mengadaptasi strategi dan metode komunikasi seiring dengan perkembangan dinamika sosial dan politik yang ada.

Penutup

Berdasarkan hasil penulisan data yang diperoleh oleh peneliti pada pembahasan dan kesimpulan di atas, berikut adalah kesimpulannya:

1. Manajemen kampanye politik Tim Sukses Prabowo-Gibran di Kota Surabaya berhasil membangun citra politik yang positif di kalangan pemilih pemula dengan memanfaatkan media sosial sebagai saluran utama komunikasi. Media sosial menjadi platform yang efektif untuk menjangkau generasi muda yang lebih terbiasa dengan teknologi. Selain itu, kegiatan interaktif seperti diskusi dan kampanye tatap muka membantu memperkuat kedekatan emosional dan membangun rasa kepercayaan terhadap pasangan calon.
2. Strategi yang diterapkan dalam kampanye ini menunjukkan pentingnya segmentasi yang tepat dan pemahaman mendalam terhadap karakteristik pemilih pemula. Tim Sukses Prabowo-Gibran berhasil menyampaikan pesan kampanye yang relevan dengan kebutuhan dan aspirasi pemilih muda, seperti pendidikan dan lapangan pekerjaan. Upaya untuk mengedukasi pemilih dan mengatasi isu negatif yang beredar juga berperan penting dalam memperkuat citra positif pasangan calon. Secara keseluruhan, manajemen kampanye ini menunjukkan bahwa komunikasi politik yang adaptif dan kreatif dapat efektif membangun citra politik yang diinginkan.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro. (2011). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Baran, Stanley J. (2004). *Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture*. New York: McGraw-Hill.
- Bungin, Burhan. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Creswell, John W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). California: Sage Publications.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Kvale, Steinar. (2007). *Doing Interviews*. London: Sage.
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. (2010). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution, S. (2003). *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Neuman, W. Lawrence. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative*

- Approaches (7th ed.). Boston: Pearson.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2008). Psikologi Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Surbakti, Ramlan. (2010). Memahami Ilmu Politik. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wimmer, Roger D., & Dominick, Joseph R. (2011). Mass Media Research: An Introduction (9th ed.). Belmont: Wadsworth Cengage Learning.
- Yin, Robert K. (2018). Case Study Research and Applications: Design and Methods (6th ed.). California: Sage Publications.