

SKRIPSI

POLITICAL BRANDING “RELAWAN PRABOWO-GIBRAN” DALAM PEMENANGAN PASANGAN PRABOWO-GIBRAN PADA PEMILIHAN PRESIDEN 2024 DI KABUPATEN SANGGAU



**Program Studi Ilmu Politik
Jurusan Ilmu Administrasi**

Oleh:

Widya Feby Adhariani

NIM. E1051201037

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

POLITICAL BRANDING “RELAWAN PRABOWO-GIBRAN” DALAM PEMENANGAN PASANGAN PRABOWO – GIBRAN PADA PEMILIHAN PRESIDEN 2024 DI KABUPATEN SANGGAU

Tanggung Jawab Yuridis Pada :

Widya Feby Adhariani

NIM.E1051201037

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing Utama

Tanggal Persetujuan


Dr. H. Jumadi M.Si, Ph.D

NIR 197108051997021001

24 - 7 - 2024

Dosen Pembimbing Pendamping

Tanggal Persetujuan


Ahirul Habib Padilah, S.IP, M.I.Pol

NIP. 199205122022031003

15 Juli - 2024

HALAMAN PENGESAHAN

***POLITICAL BRANDING “RELAWAN PRABOWO-GIBRAN” DALAM
PEMENANGAN PASANGAN PRABOWO – GIBRAN PADA PEMILIHAN
PRESIDEN 2024 DI KABUPATEN SANGGAU***

Tanggung Jawab Yuridis Pada:

Widya Feby Adhariani

NIM.E1051201037

Dipertahankan di :

Pada Hari/Tanggal : Selasa, 30 Juli 2024

Pukul : 13.00 WIB - Selesai

Tempat : Ruang Sidang I

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Dr. Jumadi, S.Sos, M.Si
NIP. 197108051997021001

Ahirul Habib Padillah, S.IP, M.J.Pol
NIP. 199205122022031003

Pembahas Pertama

Pembahas Kedua

Dr. Nurfitri Nugrahaningsih, S.IP, M.Si
NIP. 197408102002122002

Drs. Sugino, M.Si
NIP. 196609041995121001

Disahkan Oleh

Dekan Fkip Untan



Dr. Herlan S.Sos, M.Si
NIP. 197205212006041001

ABSTRAK

Widya Feby Adhariani : *Political Branding* “Relawan Prabowo-Gibran” Dalam Pemenangan Pasangan Prabowo – Gibran Pada Pemilihan Presiden 2024 di Kabupaten Sanggau. Skripsi Pontianak : Program Studi Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak.

Political Branding merupakan aktivitas yang dilakukan dalam membangun pandangan dan kepercayaan orang lain. *Political Branding* termasuk dalam komunikasi politik yang dikembangkan dalam *political marketing* atau pemasaran politik. Sehingga antara *Branding* dan Marketing memiliki relasi yang cukup untuk saling mempengaruhi untuk menciptakan komunikasi politik. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan tipe analisis deskriptif, data primer melalui proses wawancara. Kemudian menggunakan data sekunder yang berasal dari studi dokumen dan studi kepustakaan yang relevan dengan penelitian yang dianggap mampu menjawab rumusan masalah. Pengambilan data yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dalam bentuk wawancara pada narasumber. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui Strategi *Political Branding* yang dilakukan oleh “Relawan Prabowo Gibran” dalam kemenangan pasangan Prabowo – Gibran pada Pemilihan Presiden Tahun 2024 di Kabupaten Sanggau. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa Strategi *Political Branding* yang dilakukan oleh “Relawan Prabowo Gibran” dalam kemenangan pasangan Prabowo – Gibran pada Pemilihan Presiden Tahun 2024 di Kabupaten Sanggau berhasil diterapkan dengan menggunakan Tahapan *Political Branding* Gelder (2005), yaitu *Brand Identity*, *Brand Positioning*, dan *Brand Personality*.

Kata Kunci : *Political Branding*, Tahapan *Political Branding*, Relawan Politik, Pemilihan Presiden.

ABSTRACT

Widya Feby Adhariani: “Prabowo-Gibran Volunteers” Political Branding in the Campaign of the Prabowo-Gibran Pair in the 2024 Presidential Election in Sanggau Regency. Undergraduate Thesis: Political Science Study Program, Department of Administrative Sciences, Faculty of Social and Political Sciences, Tanjungpura University, Pontianak.

Political Branding is an activity that is done in the process of constructing the perception of others. Political Branding is part of political communication that has been created in political marketing. Thus, that there is a sufficient relationship between Branding and Marketing to influence each other to produce political communication. This research employs a qualitative research technique with a descriptive analysis type of primary data through the interview method. Then using secondary data from document studies and literature studies that are relevant to the research that are deemed to provide a solution to the formulation of the problem. The data collection process was performed through interviews with informants and this was done under a qualitative research design. Therefore, the research objectives were to identify the Political Branding Strategy carried out by “Prabowo Gibran Volunteers” in the campaign of the Prabowo-Gibran pair in the 2024 Presidential Election in Sanggau Regency. The findings of this study confirm that the Political Branding Strategy implemented by “Prabowo Gibran Volunteers” in the campaign of the Prabowo – Gibran pair in the 2024 Presidential Election in Sanggau Regency was successfully done using Gelder’s (2005) Political Branding Stages which consist of Brand Identity, Brand Positioning, and Brand Personality.

Keywords: *Political Branding, Political Branding Stages, Political Volunteers, Presidential Election.*



RINGKASAN SKRIPSI

Political branding merupakan sebuah cara yang digunakan untuk membentuk sebuah citra atau merek yang digunakan untuk pemasaran politik. Sejalan dengan konsep pemasaran politik, *political branding* juga memegang peranan penting dalam sebuah proses pembentukan citra seseorang. *Political Branding* dapat dikatakan sebagai semua pengalaman, aktivitas dan unsur psikologis dalam menciptakan *brand* politik yang unggul, unik, menarik, dan mampu memberikan pengaruh kedalam benak konstituen. Hal ini kemudian membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang bertemakan “*Political Branding* “Relawan Prabowo Gibran” dalam Pemenangan Pasangan Prabowo – Gibran pada Pemilihan Presiden 2024 di Kabupaten Sanggau.

Permasalahannya adalah adanya upaya dari relawan politik dalam *mem-branding* Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka di Kabupaten Sanggau. Selain itu terjadinya kemenangan pasangan calon presiden dan wakil presiden tersebut yang tidak ditentukan dengan basis dominan pada wilayah partai pengusung. Berdasarkan data perolehan suara partai di Kabupaten Sanggau, PDIP merupakan basis partai terbesar, namun untuk perolehan suara presiden pasangan Prabowo dan Gibran yang diusung oleh basis partai seperti Gerindra, Demokrat memperoleh suara paling tertinggi di Kabupaten Sanggau.

Teori yang digunakan oleh peneliti adalah Menurut Gelder (2005), yaitu citra seorang kandidat sangat berpengaruh sebagai pertimbangan serta perhatian dari masyarakat. Secara umum, citra yang ditonjolkan dapat dilihat dari berbagai hal, yaitu mulai dari kepribadian, gaya memimpin, latar belakang keluarga, partai

pengusung dan lain sebagainya. Namun, tidak semua citra dapat ditampilkan dengan efektif dan informatif oleh komunikator politik termasuk relawan politik. Selain itu, diperlukan kemampuan dan menarik audiens dalam menampilkan citra seorang aktor politik agar dapat diterima oleh khalayak.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi *Political Branding* “Relawan Prabowo Gibran” dalam Pemenangan Pasangan Prabowo – Gibran pada Pemilihan Presiden 2024 di Kabupaten Sanggau. Adapun strategi yang digunakan oleh “Relawan Prabowo Gibran” terdiri dari *personal branding* Prabowo dan Gibran, menggunakan tahapan *political branding* dalam memunculkan citra politik serta mempertahankan *image* Prabowo – Gibran dengan menggunakan *brand identity*, *brand positioning*, dan *brand personality/image*.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang saya lakukan di Kabupaten Sanggau. Dari strategi hingga tahapan-tahapan yang digunakan oleh “Relawan Prabowo Gibran” dalam memenangkan Pasangan Prabowo – Gibran pada Pemilu 2024 di Kabupaten Sanggau, hampir cukup berhasil dalam melakukan dan menerapkan semua kriteria *political branding* sebagai relawan politik oleh teori Gelder (2005). Melalui kegiatan sosial dan media sosial yang digunakan untuk berkampanye dalam membentuk citra pasangan Prabowo – Gibran di hadapan publik terutama di Kabupaten Sanggau, “Relawan Prabowo Gibran” menawarkan program-program yang akan dilaksanakan oleh Prabowo – Gibran dengan jelas, memiliki ciri pembeda sebagai aktor politik (relawan politik) bagi masyarakat. Sehingga strategi ini berhasil membuat RPG memenangkan Prabowo – Gibran di Kabupaten Sanggau.

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan diatas, dapat ditinjau dengan pemberian saran. Adapun saran yang dianggap perlu dan berguna menurut peneliti yaitu sebagai berikut : saran penelitian yaitu : *Pertama*, menggunakan durasi waktu sebelum pemilu dilaksanakan dengan baik dalam memahami konstruksi citra yang hendak dibangun “Relawan Prabowo Gibran”. *Kedua*, Sebaiknya variasi citra yang ditampilkan harus lebih beragam. Seharusnya, anggota RPG lebih inovatif dalam mengemas citra politik tersebut. *Ketiga*, pemanfaatan sumber daya anggota harus mampu dimaksimalkan dengan baik agar nantinya kegiatan yang dilakukan memiliki nilai kualitas dan juga kuantitas.

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Widya Feby Adhariani

Nim : E1051201037

Program Studi : Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya dalam Skripsi tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka.

Pontianak, 21 Juni 2024
Yang membuat pernyataan

Widya Feby Adhariani
Nim E1051201037

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Sing Penting Yakin”

“Never Give Up and Try Again!!!”

“Yakinkan pada diri sendiri bahwa segala hal yang terjadi di depan mata harus ditahluukkan dengan jiwa yang berani! Jadikan segala pandangan merendahkan dah bahasa manusia yang bisa membuat keyakinan-mu runtuh sebagai cara dalam bertahan hidup. Terimakasih atas mental baja yang diri ini selalu kuatkan, fisik yang senantiasa ditempa untuk bisa bertahan pada kerasnya dunia perantauan, otak yang harus berfungsi dalam menerima hal-hal yang bisa saja tidak sesuai dengan wacana awal “

Persembahan :

Tiada lembar paling inti dalam Skripsi ini kecuali lembar persembahan. Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya tercinta yaitu Alm. Bapak, dan Ibu. Ketulusan hatinya atas doa-doa selama ini, serta semangat dan perjuangan untuk memotivasi saya dalam menyelesaikan Skripsi ini. Terimakasih telah mengatarkan saya sampai di titik ini, saya persembahkan karya tulis sederhana ini dan gelar untuk Bapak dan Ibu. Untuk diri saya sendiri, karena telah mampu berusaha dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri walaupun banyak tekanan dari luar keadaan dan tidak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun penulisan Skripsi ini. Serta untuk orang-orang terdekatku yang tersayang, teman seperjuangan Ilmu Politik 2020. Dan untuk Alamamater kebanggaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak. Akhir kata semoga Skripsi ini dapat menjadi wawasan dan manfaat untuk orang lain. Amin.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas Rahmat, dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun judul yang digunakan dalam skripsi adalah “*Political Branding* “Relawan Prabowo-Gibran” Dalam Pemenangan Pasangan Prabowo-Gibran Pada Pemilihan Presiden 2024 di Kabupaten Sanggau”.

Dalam proses penyelesaian Skripsi peneliti banyak mendapatkan bimbingan dan bantuan berbagai pihak kepada peneliti dalam menyelesaikan Skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan rasa terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Herlan, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak.
2. Dr. Jumadi, S.Sos, M. Si selaku dosen pembimbing utama, dan Ahirul Habib Padilah, S.IP, M.I.Pol selaku dosen pembimbing pendamping yang telah memberikan kritik, saran dan pengarahan kepada Peneliti selama proses penulisan Skripsi ini.
3. Dr. Nurfitri Nugrahaningsih, S.IP, M.Si selaku dosen penguji skripsi pertama, dan Drs. Sugino, M.Si selaku dosen penguji skripsi kedua yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan kritik, saran dan arahan dalam penulisan skripsi ini serta untuk menguji skripsi ini.
4. Drs. Asmadi, M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Politik yang telah memberikan kemudahan dalam proses pengajuan usulan penelitian.

5. Dr. Bakran Suni selaku Dosen Pembimbing Akademik (PA) yang telah membantu dan mendampingi selama masa perkuliahan di Fisip Universitas Tanjungpura Pontianak.
6. Kedua orang tua saya, terutama yang terkasih dan yang saya rindukan, Alm. Bapak saya Wiji Utomo. Dan Ibu saya Martini yang tercinta atas doa dan kasih sayang teramat besar senantiasa menguatkan hati saya yang telah lama diperantauan. Untuk beliau berdualah skripsi peneliti persembahkan. Terimakasih atas segala kasih sayang yang diberikan dalam membesarkan dan membimbing peneliti selama ini, sehingga peneliti dapat terus berjuang dalam meraih mimpi dan cita-cita. Kesuksesan dan segala hal baik yang kedepannya akan peneliti dapatkan adalah karena dan untuk kalian berdua.
7. Saudara Peneliti, kepada kakak perempuan saya satu-satunya, Shanty Indrayanti. Terimakasih selalu percaya atas mimpi-mimpi adiknya. Cece adalah saudara terbaik yang memberikan support selama penulisan Skripsi ini.
8. Sahabat sekaligus saudara, Lidya Asnawati Lumbantobing sahabat suka duka di Pontianak. Terimakasih sudah mendengarkan segala curhatan selama perkuliahan. Sahabat dari masa maba di Fisip Untan. Terimakasih support dan dukungan-dukungan dalam proses penyusunan Skripsi ini.
9. Wan Bayu Ramadhanu Setiawan. Terimakasih banyak sudah mensupport peneliti disaat saya merasa jatuh dan hampir menyerah dalam menyelesaikan perkuliahan serta penyusunan skripsi ini untuk kembali

bangkit berjuang menyelesaikan apa yang harus saya tepati pada tahun 2020 silam.

10. Bapak/Ibu Dosen, Staf Tata Usaha dan Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak yang telah memberikan bantuan dan arahan tentang ilmu yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
11. Pihak Taman Baca Fisip Untan dan Perpustakaan Universitas Tanjungpura Pontianak sebagai fasilitator yang bersedia meminjamkan buku sebagai referensi penunjang penulisan Usulan Penelitian.

Semoga kebaikan, bantuan, dan dorongan yang diberikan kepada peneliti mendapat balasan dari Tuhan Yang Maha Esa dan hasil skripsi dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca, serta menambah pengetahuan tentang *Political Branding*. Peneliti menyadari secara sepenuhnya bahwa dalam penulisan ini terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti berharap adanya kritik dan saran demi perbaikan Skripsi yang telah di buat oleh peneliti.

Pontianak, 25 Juni 2024

Widya Feby Adhariani
E1051201037

DAFTAR ISI

	<i>Halaman</i>
ABSTRAK	ii
RINGKASAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN.....Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

1.1. Latar Belakang.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Fokus Masalah.....	8
1.4. Rumusan Masalah	8
1.5. Tujuan Penelitian.....	8
1.6. Manfaat Penelitian.....	9
1.6.1. Manfaat Teoritis	9
1.6.2. Manfaat Praktis	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA11

2.1. Komunikasi Politik.....	11
2.1.1. Konsep Komunikasi Politik	11
2.2. <i>Political Branding</i>	14
2.2.1. Pengertian <i>Political Branding</i>	14
2.2.2. Tahapan <i>Political Branding</i>	15
2.3. Hasil Penelitian Yang Relevan	17
2.4. Alur Pikir Penelitian.....	20
2.5. Pertanyaan Penelitian	24

BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1. Jenis Penelitian	25
3.2. Langkah-Langkah Penelitian.....	26
3.2.1. Studi Kepustakaan.....	26
3.2.2. Penelitian Lapangan	26
3.3. Lokasi dan Waktu Penelitian	27
3.3.1. Lokasi Penelitian.....	27
3.3.2. Waktu Penelitian.....	27
3.4. Subjek dan Objek Penelitian	28
3.4.1. Subjek Penelitian.....	28
3.4.2. Objek Penelitian	28
3.5. Teknik Pengumpulan Data	29
3.6. Alat Pengumpulan Data.....	30
3.7. Analisis Data	31
3.8. Teknik Keabsahan Data	33
 BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	 35
4.1. Gambaran Umum “Relawan Prabowo-Gibran” Kabupaten Sanggau	35
4.2. Letak Geografis	39
4.3. Gambaran Politik dan Hasil Pemilu 2024 di Kabupaten Sanggau	42
4.4. Profil Pasangan Calon Terpilih.....	46
4.5. Visi dan Misi Pasangan Calon Terpilih	48
 BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	 52
5.1. Strategi <i>Political Branding</i> “Relawan Prabowo-Gibran” Dalam Pemenangan Pasangan Prabowo – Gibran Pada Pemilihan Presiden Tahun 2024 di Kabupaten Sanggau	52
5.1.1. Pengaruh <i>Personal Branding</i> Paslon Prabowo – Gibran Pada Pemilu 2024	54
5.1.2. Tahapan <i>Political Branding</i> “Relawan Prabowo – Gibran” Dalam Memenangkan Pasangan Prabowo Gibran Pada Pemilu 2024 di Kabupaten Sanggau	61

BAB VI PENUTUP	77
6.1. Kesimpulan.....	77
6.2. Saran.....	78
6.3. Keterbatasan Penelitian	79
 DAFTAR PUSTAKA.....	 81
LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Survei Elektabilitas Calon Presiden dan Wakil Presiden.....	3
3.1 Waktu Penelitian.....	27
4.1 Struktur “Relawan Prabowo – Gibran” (RPG).....	38
4.2 Luas Wilayah Kabupaten Sanggau.....	41
4.3 Daftar Rekapitulasi DPT Kabupaten Sanggau Untuk Pemilu Tahun 2024.....	43
4.4 Data Rincian Perolehan Suara Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Kabupaten Sanggau Untuk Pemilu Tahun 2024.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Perolehan Suara Parpol, Calon Anggota DPRD, Presiden dan Wakil Presiden Pemilu Tahun 2024 Kabupaten Sanggau	5
4.1 Deklarasi Pengurus “Relawan Prabowo – Gibran” (RPG) Kabupaten Sanggau.....	36
4.2 Logo “Relawan Prabowo – Gibran” (RPG).....	38
4.3 Peta Administrasi Kabupaten Sanggau.....	39
4.4 Pasangan Nomor Urut Dua, Prabowo Subianto – Gibran Rakabuming Raka.....	46
5.1 Silaturahmi bersama tim RPG Kecamatan Balai Batang Tarang.....	63
5.2 Kunjungan RPG Sanggau ke Yayasan Ponpes Hidayatullah Panti Asuhan Bina Kapuas, jalan Raya Sanggau – Semuntai, Kecamatan Kapuas	68
5.3 Kunjungan ke Ponpes Darul Hidayat dan Pondok Tahfidz Nurul Huda, Desa Trans Sukamulya, Kec. Parindu	69
5.4 Akun dan Postingan Instagram RPG.....	75
1. Pengambilan Data di Banwaslu Sanggau.....	88
2. Wawancara dengan Basilius Tera, pengurus Relawan Prabowo Gibran Kabupaten Sanggau.....	88
3. Wawancara bersama Ema Mawaddah, Anggota Relawan Prabowo Gibran Kabupaten Sanggau.....	88
4. Wawancara bersama Joko, Masyarakat Pemilih dari Kecamatan Parindu.....	89
5. Wawancara bersama Hafidz, Masyarakat Pemilih dari Kecamatan Kapuas..	89
6. Wawancara bersama Bayu, Masyarakat Pemilih dari Kecamatan Meliau....	89

DAFTAR LAMPIRAN

<i>Lampiran</i>	<i>Halaman</i>
1 Pedoman Wawancara	83
2 Dokumentasi Penelitian	88
3 Surat Tugas Penelitian	90
4 Biodata Penulis	91

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Salah satu faktor terpenting dalam suatu negara yang menganut sistem demokrasi adalah terselenggaranya Pemilihan Umum (Pemilu). Pada 14 Februari 2024, Indonesia menggelar pesta demokrasi dalam rangka memilih pemimpin dan wakil rakyat di pemerintahan. Pesta yang dilaksanakan lima tahun sekali ini yang akan menentukan Presiden dan Wakil Presiden, Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah provinsi dan kabupaten/kota yang akan menjabat nantinya. Salah satu kontestasi dalam pemilu yang banyak menarik perhatian masyarakat adalah pemilihan Presiden dan Wakil Presiden. Pemilihan presiden sebagai salah satu bagian dari sebuah sistem demokrasi, sehingga dalam mekanisme menuju tahun politik ini kerap ditemukannya berbagai lika-liku dan dinamika pemilihan. Berbagai macam aktivitas politik sebagai strategi pemenangan yang terjadi di negara yang menjunjung adanya prinsip demokrasi ini guna merebut hati rakyat. Oleh karena itu, setiap kontestan maupun tim pengusungnya menggunakan berbagai metode dan strategi untuk dapat mempengaruhi suara rakyat sebagai pemilih untuk berpihak sekaligus memenangkan pasangan calon yang sering disebut dengan praktik Pemasaran Politik atau *Political Branding*.

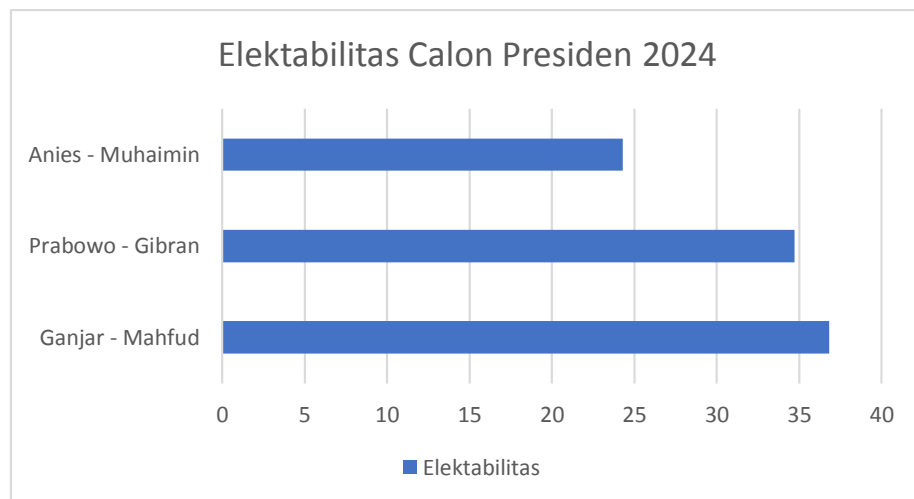
Untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat, dalam sebuah kontestasi politik tentunya mengharuskan seluruh relawan untuk bekerja keras.

Salah satunya berkaitan dengan strategi dan konsep yang dilakukan “Relawan Prabowo-Gibran” atau yang dapat disebut dengan RPG yang ada di Kalimantan Barat khususnya di Kabupaten Sanggau, berkaitan dengan pemilihan Presiden dan Wakil Presiden RI yang digelar pada 14 Februari 2024. “Relawan Prabowo-Gibran” sendiri adalah sebutan untuk pendukung pasangan Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka yang terdiri dari kelompok masyarakat dari berbagai latar belakang, profesi, keyakinan maupun kesukuan yang berbeda. “Relawan Prabowo-Gibran” Sanggau secara resmi mendeklarasikan diri pada 03 Februari 2023 di Komplek Projal Kelurahan Bunut Kecamatan Kapuas Kabupaten Sanggau dan kemudian mendukung penuh pasangan Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka sebagai pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden yang maju pada Pilpres 2024. Komunitas ini menginginkan adanya pembaruan dan perubahan ke arah yang lebih baik untuk Republik Indonesia melalui proses pemilihan Presiden Indonesia tahun 2024 serta memilih pemimpin yang ideal dan layak serta mampu membawa Negara Indonesia unggul di berbagai bidang hingga dapat bersaing dengan negara lain di kawasan regional hingga internasional.

Sebagai komunitas baru yang turut berkecimpung dalam ajang pemilihan presiden, “Relawan Prabowo-Gibran” Sanggau memiliki peran penting dalam melakukan proses komunikasi politik dan mengenalkan sosok Prabowo-Gibran kepada masyarakat luas. Prabowo Subianto yang sebelumnya sudah terjun dalam pemilihan presiden dan wakil presiden terhitung dari tahun 2004 atau sudah 20 tahun kebelakang (pemilu presiden tahun 2004, tahun 2009,

tahun 2014, dan terakhir pada 2019) yang mengalami kegagalan dan kembali mencalonkan diri menjadi presiden pada tahun 2024 harus memposisikan diri dan bersaing dengan citra dan elektabilitas dari bakal calon kandidat lain yang lebih dahulu dikenal oleh masyarakat. Hal ini berdasarkan fakta di lapangan bahwa calon pesaing Prabowo yang maju pada Pilpres kali ini juga tidak dapat dianggap mudah. Terlihat dari beberapa media dan aktivitas sosialisasi ataupun pengenalan yang juga diterapkan oleh para bakal kandidat lain.

Tabel 1.1
Survei Elektabilitas Calon Presiden dan Wakil Presiden



Sumber: Antara News, Jakarta, diakses 09 Mei 2024

Jika kita melihat survei elektabilitas calon presiden yang diselenggarakan oleh berbagai lembaga survei yang ada di Indonesia, Prabowo Subianto kerap memperoleh posisi teratas sebagai capres versi *top of mind*, baik itu secara personal maupun jika dipasangkan dengan tokoh politik lain yang dinilai cocok untuk menjadi calon wakil presiden bersama Prabowo. Apabila melihat dari data yang ditemukan di atas, diambil dari Antara News, Jakarta yang memuat artikel pada 06 November 2023, mengenai elektabilitas calon

presiden oleh Lembaga survei *Charta Politica* yang dilakukan pada 26 hingga 31 Oktober 2023, memaparkan bahwa elektabilitas Prabowo Subianto mengalami penurunan usai menggandeng Gibran Rakabuming Raka sebagai calon wakil presidennya. Sebelum menggandeng Gibran sebagai wakil presiden, elektabilitas Prabowo lebih tinggi 9,8 persen jika dibandingkan dengan Ganjar Pranowo dalam simulasi *head to head*, namun pada survei yang terbaru jarak elektabilitas keduanya menyempit menjadi 3,4 persen. Selain itu, menurut Direktur Eksekutif *Charta Politica*, Yunarto Wijaya bahwa liabilitas dari elektabilitas Prabowo dan Gibran dikarenakan adanya sentimen negatif terhadap Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 90/PUU-XXI/2023 yang memungkinkan Gibran maju sebagai cawapres Prabowo. Dalam simulasi tiga nama, pasangan Ganjar-Mahfud unggul dari pasangan capres dan cawapres lain dengan elektabilitas mencapai 36,8 persen, Prabowo-Gibran sebesar 34,7 persen dan Anies-Muhaimin sebesar 24,3 persen.

Kesempatan ini kemudian menjadi sebuah momentum dan peluang bagi “Relawan Prabowo-Gibran” khususnya di Kabupaten Sanggau Kalimantan Barat untuk melakukan proses komunikasi/kampanye politik guna mendapatkan perhatian dari masyarakat serta menjadikannya sebagai kesempatan untuk dapat memenangkan pemilihan tersebut sebelum masa pemilihan dimulai. Oleh karena itu, “Relawan Prabowo-Gibran” gencar melakukan kegiatan *branding* terhadap pasangan Prabowo-Gibran. *Branding* sendiri merupakan proses pembentukan identitas yang bersifat identifikatif agar masyarakat mempunyai pandangan dan penilaian serta kesan positif terhadap

calon. Kegiatan *branding* ini memiliki tujuan dalam menarik simpati, membangun citra serta keterikatan secara emosional dengan masyarakat agar Prabowo-Gibran lebih dikenal baik oleh seluruh lapisan masyarakat di Kabupaten Sanggau yang nantinya menjadi konstituen dalam Pilpres.

Gambar 1.1
Perolehan Suara Parpol, Calon Anggota DPRD, Presiden dan Wakil Presiden
Pemilu Tahun 2024 Kabupaten Sanggau



Sumber: KPU Sanggau, diakses 07 Mei 2024

Mengenai dukungan oleh partai pada pemilihan umum tentunya tidak bisa dijadikan sebagai indikator pendukung dalam kemenangan suara calon presiden. Mengutip dari data Perolehan Suara Sah Partai Politik Peserta Pemilihan Umum dari Setiap Daerah Pemilihan Anggota Dewan Perwakilan

Rakyat Daerah Kabupaten Sanggau Tahun 2024, PDI Perjuangan merupakan basis partai terbesar di Sanggau dengan jumlah sebesar 58.614 dari kelima dapil. Namun, pada hasil perolehan suara presiden dan wakil presiden pemilu tahun 2024 tingkat kabupaten Sanggau, pasangan Prabowo-Gibran memperoleh suara sebanyak 202.682 suara atau 69,37 persen mengungguli dari kedua suara paslon lainnya dengan masing-masing perolehan suara Ganjar-Mahfud sebesar 62.673 (21,45%) dan Anies-Muhaimin sebesar 26.813 (9,18%). Berdasarkan data di atas, dapat kita ketahui bersama bahwa basis partai yang mendominasi suatu wilayah tertentu tidak dapat menentukan suara calon presiden yang diusung oleh partai tersebut.

Dalam proses *branding* terhadap Prabowo-Gibran, Relawan Prabowo-Gibran (RPG) menggunakan strategi *positioning* dalam memetakan demografi pemilih pada Pemilu 2024 di Kabupaten Sanggau yang didominasi oleh GenZ dan Millennial dalam berperan besar terhadap kampanye para paslon. Selain itu, tidak dapat dipungkiri juga suara dari generasi *Boomer* dan *Baby Boomer* turut menentukan kemenangan para calon khususnya Prabowo-Gibran. Dengan mengenalkan daya tarik Prabowo-Gibran kepada masyarakat berupa penggunaan lagu tema dan ilustrasi animasi yang mudah untuk diingat pada setiap aksi kunjungan ke setiap daerah oleh RPG dinilai berhasil membuat masyarakat di Kabupaten Sanggau familiar dengan paslon Prabowo-Gibran. Keberhasilan Relawan Prabowo-Gibran dalam menjangkau berbagai generasi menunjukkan bahwa strategi *branding* yang mereka gunakan memiliki

pengaruh dalam hasil perolehan suara paslon Prabowo-Gibran unggul di Kabupaten Sanggau.

Alasan peneliti memilih “Relawan Prabowo-Gibran” atau RPG Kabupaten Sanggau sebagai objek penelitian adalah aktivitas politik “Relawan Prabowo-Gibran” yang gencar dilakukan untuk memenangkan Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka sebagai calon Presiden dan Wakil Presiden RI berhasil diterapkan sebagai tujuan dan fungsi dari relawan politik itu sendiri. Aktivitas politik yang dilakukan oleh “Relawan Prabowo-Gibran” dalam mendukung Prabowo-Gibran memiliki kelebihan dari sisi komunikasi kepada khalayak, dimulai dari pesan yang disampaikan, tampilan visual yang ditunjukkan, penggunaan media serta persebaran media yang luas dan paling dominan dilakukan dibandingkan dengan aktivitas serupa yang dilakukan oleh para calon kandidat lain yang juga maju dalam pemilihan Presiden RI.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang lebih di fokuskan, agar mempermudah peneliti melakukan penelitian dan juga menarik untuk di uji. Masalah yang ditemukan peneliti yaitu :

1. Adanya upaya relawan politik dalam mem-*branding* Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka di kabupaten Sanggau.
2. Kemenangan pasangan calon presiden dan wakil presiden tidak ditentukan dengan basis dominan pada wilayah partai pengusung.

1.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan garis besar dari pengamatan penelitian, sehingga observasi dan analisa hasil penelitian lebih terarah. Selain itu, menggunakan indikator-indikator agar tidak terjadi pembahasan yang terlalu luas dan pada akhirnya tidak sesuai dengan apa yang menjadi judul penelitian. Maka fokus penelitiannya yaitu strategi *Political Branding* yang dilakukan oleh “Relawan Prabowo-Gibran” dalam kemenangan pasangan Prabowo-Gibran pada Pemilihan Presiden Tahun 2024 di Kabupaten Sanggau.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dan identifikasi masalah yang ditemukan Peneliti, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana strategi *Political Branding* yang dilakukan oleh “Relawan Prabowo-Gibran” dalam kemenangan pasangan Prabowo-Gibran pada Pemilihan Presiden Tahun 2024 di Kabupaten Sanggau?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disampaikan diatas, maka tujuan penelitian adalah untuk menjelaskan suatu fenomena dengan sedalam-dalamnya dengan cara pengumpulan data, menunjukkan pentingnya kedalaman dan detail suatu data yang diteliti. Adapun, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *Political Branding* yang dilakukan oleh “Relawan Prabowo-Gibran” dalam kemenangan

pasangan Prabowo-Gibran pada Pemilihan Presiden Tahun 2024 di Kabupaten Sanggau.

1.6 Manfaat Penelitian

Pada penelitian yang disampaikan, diharapkan dapat memperoleh manfaat secara teoritis maupun secara praktis kepada berbagai pihak sebagai berikut :

1.6.1 Manfaat Teoritis

- a. Manfaat sebagai pengembangan ilmu pengetahuan pada studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Tanjungpura Pontianak.
- b. Manfaat dari penelitian diharapkan dapat mengembangkan penerapan bagi peneliti, masyarakat, mahasiswa dalam melakukan penelitian yang mendeskripsikan strategi politik dalam pemilihan umum.

1.6.2 Manfaat Praktis

- a. Manfaat bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas wawasan bagi peneliti dan pembaca, serta dapat dijadikan sebagai tambahan wacana dan referensi untuk keperluan studi lebih lanjut dan menjadi bahan bacaan kepustakaan. Secara praktis penelitian ini, peneliti berharap dapat menambah wawasan dan pengetahuan khususnya tentang strategi politik bagi peneliti.

b. Manfaat bagi masyarakat umum

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang aktual mengenai aspek yang diteliti dan di harapkan dapat dijadikan acuan bagi pihak-pihak terkait. Terutama para tim pengusung dan kandidat dalam membangun, dan mempertahankan citra dimata konstituen.

c. Kegunaan bagi partai politik atau non partai politik

Sebagai acuan sekaligus bahan evaluasi komunitas politik (Non Partai) atau partai politik agar kedepannya dapat menambah wawasan tentang konsep *political branding* dalam mengemas suatu pencitraan dimata konstituen.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Politik

2.1.1 Konsep Komunikasi Politik

Komunikasi politik menurut Dahlan (1999) dalam Cangara, 2015:29, merupakan suatu bidang atau disiplin ilmu yang menelaah mengenai perilaku dan kegiatan komunikasi yang bersifat politik, adanya akibat politik, serta memiliki pengaruh terhadap perilaku politik. Fungsi daripada komunikasi politik adalah sebagai struktur politik yang menyerap berbagai aspirasi, perspektif, dan juga gagasan yang berkembang di dalam lingkup masyarakat dan menyalurkannya sebagai bahan dalam penentuan kebijakan. Dengan demikian fungsi daripada komunikasi ialah membawakan arus informasi balik dari masyarakat ke pemerintah dan dari pemerintah ke masyarakat. Selanjutnya, menurut Maswardi Rauf (dalam Hikmat, 2010:36) menyebutkan bahwa, komunikasi politik sebagai objek kajian ilmu politik karena pesan-pesan yang disampaikan dalam proses komunikasi bercirikan politik, yaitu berkaitan dengan kekuasaan politik negara, pemerintah, dan aktivitas komunikator sebagai pelaku dalam kegiatan politik.

Menurut pendapat McNair (2011:4) menyatakan bahwa, komunikasi politik merupakan komunikasi yang ditujukan mengenai politik yang mencakup:

1. Segala bentuk komunikasi yang dilakukan oleh para politikus dan pelaku lainnya dalam mencapai tujuan-tujuan tertentu.