

PEMENANGAN PASANGAN CALON (PASLON) NOMOR URUT 2
PRABOWO- GIBRAN DALAM PEMILIHAN PRESIDEN TAHUN 2024

Oleh

Ilham Setiawan

FISIP-Universitas Wiralodra, Indramayu

Email: stiawanilham294@gmail.com

Received : Agustus 23, 2024

Revised : Agustus 23, 2024

Accepted : Agustus 23, 2024

Available online : Agustus 25, 2024

DOI: <https://doi.org/10.31943/aspirasi.v14i2.128>

Abstrak: Pemilihan umum merupakan bentuk implementasi dari sistem demokrasi juga dari penerapan sila keempat Pancasila dan pasal 1 (2) UUD Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Persepsi publik terhadap kampanye politik dalam konteks digital, terutama dalam Pilpres 2024 di Indonesia. Namun, tidak hanya sekedar sebagai alat untuk menyampaikan pesan, media sosial juga memberikan kesempatan bagi kandidat untuk mendapatkan umpan balik langsung dari pemilih. Dalam kampanyenya, Prabowo menegaskan pentingnya membangun Indonesia yang berdaulat, mandiri, dan berkeadilan. Tim Hukum pasangan calon presiden dan calon wakil presiden nomor urut 1 Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar serta pasangan calon presiden dan calon wakil presiden nomor urut 3, Ganjar Pranowo-Mahfud MD resmi mendaftarkan gugatan Pilpres 2024 ke Mahkamah Konstitusi (MK). Tim hukum paslon 1 dan 3 membawa ratusan berkas ke Mahkamah Konstitusi. Tim hukum mendaftarkan permohonan pembatalan Keputusan Komisi Pemilihan Umum (KPU) nomor 360/2024 tentang penetapan hasil pemilu. Gugatan sengketa hasil Pilpres itu terdaftar dengan nomor 02-03/AP3-PRES/Pan.MK/03/2024. Ketua Tim Pembela Prabowo-Gibran Prof Yusril Ihza Mahendra - didampingi beberapa pengacara seperti Otto Hasibuan, OC Kaligis, Hotman Paris Hutapea, dan puluhan advokat lainnya secara resmi mendaftarkan diri sebagai Pihak Terkait setelah teregistrasinya dua perkara sengketa hasil PPHU Presiden yang diajukan dua pasangan calon (paslon) 01 dan 03 yakni Anies-Muhaimin dan Ganjar-Mahfud beberapa hari sebelumnya. Presiden terpilih Prabowo Subianto akhirnya tercatat sebagai pihak pemenang dalam sejarah sengketa pilpres di Mahkamah Konstitusi (MK) Republik Indonesia.

Kata Kunci: *Pilpres 2024, Prabowo, Gibran dan Strategi*

PENDAHULUAN

Pemilihan umum merupakan bentuk implementasi dari sistem demokrasi juga dari penerapan sila keempat Pancasila dan pasal 1 (2) UUD Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Salah satu ukuran dalam menilai suksesnya penyelenggaraan pemilihan umum adalah partisipasi politik yang diwujudkan dengan pemberian hak suara oleh masyarakat yang telah mempunyai hak pilih. Boleh dikatakan bahwa semakin tinggi partisipasi masyarakat dalam pemilihan umum itu lebih baik. Sebaliknya, tingkat partisipasi yang rendah pada umumnya dianggap sebagai tanda yang kurang

baik, karena dapat ditafsirkan bahwa banyak warga tidak menaruh perhatian terhadap negara.

Pemilihan umum tidak lahir tanpa tujuan tetapi untuk memilih para wakil rakyat dalam rangka mewujudkan pemerintah dari, oleh, dan untuk rakyat. Menurut Liphart bahwa demokrasi, lembaga perwakilan dan pemilihan umum merupakan tiga konsep yang sangat terkait dan tak bisa dielakkan.⁴ Untuk itu partisipasi masyarakat jelas di perlukan agar dapat mengimplementasikan makna demokrasi secara mutlak.

Kerangka hukum pemilu juga telah berubah di bandingkan dengan pemilu-pemilu terdahulu yang terpisah-pisah di tiga undang-undang, kali ini diatur menjadi satu di dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017.¹⁰ Dengan di satukannya substansi dari tiga undang-undang, yakni Undang-Undang Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden, Undang-Undang pemilihan Umum anggota DPD, DPR, DPRD, serta Undang-Undang Penyelenggara Pemilu dalam satu naskah secara termodifikasi menjadi UU No.7 Tahun 2017 maka hal ini sebenarnya diharapkan banyak pihak akan lebih menjamin konsistensi dalam pengaturan, dapat memineralisasi pertentangan antar norma, dapat lebih mencegah duplikasi pengaturan, serta pada akhirnya dapat lebih mengedepankan kepastian hukum serta mempermudah semua pihak atau pemangku kepentingan dalam pemilu untuk memahami serta melaksanakannya.

Komisi Pemilihan Umum (KPU) merupakan suatu lembaga independen yang diberi wewenang untuk menyelenggarakan pemilu baik Eksekutif maupun Legislatif di tingkat Pusat hingga Daerah. Indikator sukses atau tidaknya penyelenggara pemilihan umum di Indonesia bergantung pada kinerja dari Komisi Pemilihan Umum dalam mensosialisasikan pemilihan umum kepada Masyarakat hal itu sejalan dengan Undang-Undang No.7 Tahun 2017 Pasal 12, 13 dan 14 mengenai tugas, wewenang, dan kewajiban Komisi Pemilihan Umum.

Oleh karena itu, pada tahun 2023 Komisi Pemilihan Umum (KPU) menetapkan pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden yaitu, paslon 1 Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar, paslon 2 Prabowo-Gibran, dan paslon 3 Ganjar-Mahmud.

Dalam era politik modern, iklan politik telah menjadi salah satu instrumen penting dalam menyampaikan pesan dan membangun citra kandidat atau pasangan calon. Iklan merupakan sebuah sarana atau media untuk berkomunikasi dalam membentuk citra positif. Iklan menjadi pilihan banyak kepentingan dalam penyampaian pesan. Iklan politik mampu membangun opini Masyarakat terkait citra para politikus. Pada dasarnya iklan politik mampu membentuk realitas cara pandang masyarakat dalam menentukan arah politiknya. Iklan politik dalam sebuah kampanye mencerminkan dokumentasi dari realitas persuasi politik modern (Permadi et al., 2024). Citra positif dalam realitas tidak terbentuk dengan sendirinya, komunikasi menjadi kunci dalam pembentukan citra positif. Komunikasi dalam politik bukan hanya tentang menyampaikan pesan dengan jelas, tetapi juga tentang membangun koneksi dan kepercayaan dengan pemilih. Politisi yang menguasai aspek-aspek tersebut dapat memengaruhi opini publik dan meraih dukungan yang lebih besar. Kriteria paling penting bagi keefektivitasan komunikasi adalah pengaruh yang disampaikan oleh seorang komunikator kepada seorang komunikan. Istilah "pengaruh" di sini bukan merujuk pada

kontrol, melainkan kepada kemampuan komunikator untuk mencapai hasil yang diinginkan melalui interaksi komunikatif (Permadi et al., 2024). Berdasarkan uraian diatas maka, penulis memiliki tujuan dalam tulisan ini, yaitu:

1. Mengetahui bagaimana strategi kampanye pasangan calon nomor urut 2 Prabowo dan Gibran.
2. Mengetahui bagaimana proses pemenangan suara pasangan calon nomor urut 2 Prabowo dan Gibran di hari pemungutan suara.
3. Mengetahui bagaimana proses pemenangan pasangan calon nomor urut 2 Prabowo dan Gibran dalam menghadapi gugatan pemilu di mahkamah konstitusi.

PEMBAHASAN

1. Strategi Kampanye Pasangan Calon Nomor Urut 2 Prabowo Dan Gibran

Persepsi publik terhadap kampanye politik dalam konteks digital, terutama dalam Pilpres 2024 di Indonesia, secara signifikan dipengaruhi oleh peran media sosial sebagai salah satu alat utama yang digunakan oleh calon presiden untuk membangun citra, berinteraksi dengan pemilih, dan menyebarkan informasi terkait kampanye platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter telah menjadi kanal utama yang dimanfaatkan oleh para kandidat untuk menyampaikan pesan-pesan kampanye kepada publik. Namun, tidak hanya sekedar sebagai alat untuk menyampaikan pesan, media sosial juga memberikan kesempatan bagi kandidat untuk mendapatkan umpan balik langsung dari pemilih, kemampuan untuk merespons langsung terhadap tanggapan publik ini memungkinkan para kandidat untuk menyesuaikan strategi kampanye mereka secara real-time, mencerminkan dinamika kampanye politik modern di mana interaksi langsung antara kandidat dan pemilih dapat terjadi melalui platform digital tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam konteks kampanye politik digital Pilpres 2024 membentuk persepsi publik terhadap para kandidat dan memengaruhi dinamika kampanye secara keseluruhan. (Revolusi, 2024)

Kampanye digital Pilpres 2024, penting untuk mengakui hubungan positif antara tingkat keterlibatan kandidat di media sosial. Dukungan yang diberikan oleh generasi muda kepada kandidat yang aktif dan efektif dalam berkomunikasi melalui platform media sosial menandakan peran penting media sosial dalam memengaruhi persepsi publik, khususnya di kalangan pemilih muda. Risiko terkait dengan penyebaran informasi yang tidak akurat atau hoaks dapat merusak citra kandidat. Penting bagi kandidat untuk memahami dan mengelola risiko tersebut dengan hati-hati. Mereka perlu menjalankan strategi yang cermat dalam memfilter dan mengelola konten yang disebarkan melalui media sosial agar tidak terpengaruh oleh penyebaran informasi yang tidak benar atau merugikan, meskipun media sosial menjadi alat yang efektif untuk mencapai pemilih muda, kandidat juga harus berhati-hati dan proaktif dalam mengelola konten kampanye mereka untuk menghindari risiko yang mungkin timbul. (Revolusi, 2024)

Prabowo Subianto sangat menyadari pentingnya media sosial untuk kampanye dalam era

internet yang sedang berkembang. Di Indonesia, penggunaan media digital dalam strategi komunikasi pemasaran semakin populer, terutama dalam kampanye politik. Prabowo Subianto dan timnya akan pentingnya memanfaatkan berbagai platform media sosial sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan visi, misi, dan program kerja kepada masyarakat umum. Dengan memanfaatkan platform seperti Instagram, Twitter, dan Facebook, mereka berhasil memperluas jangkauan pesan-pesan kampanye mereka, mencapai audiens yang lebih luas dan beragam di seluruh Indonesia. Tak hanya sekedar menyebarkan informasi, keberadaan media sosial juga memberikan kesempatan bagi Prabowo untuk berinteraksi secara langsung dengan para pendukungnya. Interaksi ini memungkinkan Prabowo untuk mendapatkan umpan balik secara langsung dari masyarakat, serta memperkuat koneksi dan dukungan yang terjalin antara kandidat dan pemilihnya (Juliswara & Muryanto, 2022).

Persepsi Publik dan Media Sosial dalam Kampanye Digital Pilpres 2024, upaya Prabowo dan timnya untuk memanfaatkan media sosial dengan baik dapat memberikan dampak positif dalam membentuk opini dan pandangan masyarakat dengan memanfaatkan platform-platform ini secara efektif. Interaksi langsung dengan pendukungnya juga memberikan kesempatan bagi Prabowo untuk menyesuaikan strategi kampanye berdasarkan umpan balik yang diterima, memperkuat keterhubungan antara pemimpin dan pemilih dalam proses demokrasi. Peran media sosial dalam kampanye digital Prabowo Subianto di Pilpres 2024 tidak hanya menjadi sarana untuk menyampaikan pesan-pesan kampanye, tetapi juga menjadi alat untuk memperkuat hubungan antara kandidat dan pemilih serta memengaruhi persepsi publik secara keseluruhan (Revolusi, 2024).

Prabowo Subianto memprioritaskan pemberdayaan ekonomi rakyat, peningkatan pendidikan, dan penguatan pertahanan negara. Dalam kampanyenya, Prabowo menegaskan pentingnya membangun Indonesia yang berdaulat, mandiri, dan berkeadilan. Melalui penekanan pada isu-isu ini, Prabowo ingin menunjukkan komitmennya untuk memperbaiki masa depan Indonesia. Pemberdayaan ekonomi rakyat menjadi fokus utama dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan, sementara peningkatan pendidikan diharapkan dapat memberikan landasan yang kokoh bagi pembangunan jangka panjang negara. Prabowo Subianto, dengan kampanye yang fokus pada pemberdayaan ekonomi, peningkatan pendidikan, dan pertahanan negara, memiliki potensi untuk menarik perhatian dan memenangkan hati masyarakat dengan memanfaatkan media sosial sebagai saluran untuk menyampaikan pesan-pesan kampanye tersebut secara efektif, Prabowo dapat memperkuat citra dan popularitasnya, serta memengaruhi persepsi publik terhadapnya (Revolusi, 2024).

2. Proses Pemenangan Suara Pasangan Calon Nomor Urut 2 Prabowo Dan Gibran di hari Pemungutan Suara

Menurut Pasal 1 angka 22 pada Peraturan KPU 9/2022, penghitungan cepat atau quick count adalah kegiatan penghitungan suara hasil pemilu atau pemilihan secara cepat dengan menggunakan teknologi informasi atau berdasarkan metodologi tertentu. Quick count mengambil sampel di tempat

pemungutan suara (TPS) untuk melihat hasil penghitungan suara yang sudah bisa diketahui dua sampai tiga jam setelah penghitungan suara di TPS tutup. Artinya, quick count mencatat hasil akhir perhitungan suara resmi di TPS sampel. Sedangkan exit poll dilakukan dengan mewawancarai responden atau pemilih setelah keluar dari TPS. Melalui exit poll, kita bisa melihat demografi dan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi hasil pemilihan. Pada 14 Februari 2024, CSIS dan Cyrus Network (CSIS-CN) bekerja sama mengadakan hitung cepat dan exit poll untuk menunjukkan gambaran hasil Pemilu 2024. Exit poll CSIS-CN menunjukkan bahwa pasangan Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka mendominasi pilihan para pemilih pada Pemilu 2024, termasuk di lintas generasi (Florentina Dwiastuti, 2024). Tabel 2.1. menunjukkan hasil exit poll yang dilakukan oleh CSISCN berdasarkan kategori kelompok usia atau generasi.

Tabel 1 Hasil Exit Poll

Generasi	Basis Sampel	1. Anies Muhaimin	2. Prabowo Gibran	3. Ganjar - Mahfud	Rahasia/ Tidak Menjawab	Total
Gen Z (17-27 tahun)	25,24%	18,34%	63,22%	11,70%	6,74%	100 %
Millenial (28-43 tahun)	35,78%	23,36%	54,36%	14,55%	7,74%	100 %
Boomer (44-59 tahun)	26,80%	24,49%	49,49%	18,58%	7,44%	100 %
Baby Boomer (60-78 tahun)	11,61%	22,63%	46,41%	22,84%	8,12%	100 %
Pre-Boomer (di atas 78 tahun)	0,58%	18,84%	43,48%	30,43%	7,25%	100 %

3. Proses Pemenangan Pasangan Calon Nomor Urut 2 Prabowo Dan Gibran Dalam Menghadapi Gugatan Pemilu Di Mahkamah Konstitusi

Komisi Pemilihan Umum (KPU) telah menetapkan hasil Pemilihan Umum (Pemilu 2024) pada Rabu (20/3/2024) malam. Hasil tersebut dituangkan dalam Keputusan KPU Nomor 360 Tahun 2024 tentang Penetapan Hasil Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden, Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten/Kota Secara Nasional Dalam Pemilihan Umum Tahun 2024. Hasil Pemilu 2024 ditetapkan berdasarkan berita acara KPU nomor 218/PL.01.08-BA/05/2024 yang diumumkan langsung usai KPU merampungkan rekapitulasi nasional dan rapat pleno pada Rabu (20/3/2024) malam. Hasil rekapitulasi KPU secara nasional ini terdiri atas perolehan suara di 38 provinsi dan 128 Panitia Pemilihan Luar Negeri (PPLN). Total keseluruhan suara sah nasional sebanyak 164.227.475. Berdasarkan hasil rekapitulasi KPU, Prabowo-Gibran unggul dengan suara sah sebanyak 96.214.691 dari total suara sah nasional. Sementara Anies-Cak Imin meraih

40.971.906 suara, dan pasangan Ganjar- Mahfud memperoleh 27.040.878 suara.

Tim Hukum pasangan calon presiden dan calon wakil presiden nomor urut 1 Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar serta pasangan calon presiden dan calon wakil presiden nomor urut 3, Ganjar Pranowo-Mahfud MD resmi mendaftarkan gugatan Pilpres 2024 ke Mahkamah Konstitusi (MK). Tim hukum paslon 1 dan 3 membawa ratusan berkas ke Mahkamah Konstitusi. Tim hukum mendaftarkan permohonan pembatalan Keputusan Komisi Pemilihan Umum (KPU) nomor 360/2024 tentang penetapan hasil pemilu. Gugatan sengketa hasil Pilpres itu terdaftar dengan nomor 02-03/AP3-PRES/Pan.MK/03/2024.

Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Nomor Urut 02 Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka secara resmi mengajukan diri sebagai Pihak Terkait dalam Perkara Perselisihan Hasil Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2024 (PHPU Presiden dan Wakil Presiden). Tim Kuasa Hukum yang menamakan diri sebagai Tim Pembela Prabowo- Gibran menyampaikan permohonan sebagai pihak terkait.

Ketua Tim Pembela Prabowo-Gibran Prof Yusril Ihza Mahendra - didampingi beberapa pengacara seperti Otto Hasibuan, OC Kaligis, Hotman Paris Hutapea, dan puluhan advokat lainnya secara resmi mendaftarkan diri sebagai Pihak Terkait setelah teregistrasinya dua perkara sengketa hasil PHPU Presiden yang diajukan dua pasangan calon (paslon) 01 dan 03 yakni Anies-Muhaimin dan Ganjar-Mahfud beberapa hari sebelumnya.

Terdapat 45 advokat yang tergabung dalam Tim Pembela Prabowo-Gibran ini telah menyerahkan kelengkapan administrasi sebagai Pihak Terkait dan diterima langsung oleh Kepaniteraan MK. Selanjutnya, tim kuasa hukum Prabowo-Gibran akan mempersiapkan jawaban atas dalil-dalil permohonan yang diajukan kedua pemohon.

Presiden terpilih Prabowo Subianto akhirnya tercatat sebagai pihak pemenang dalam sejarah sengketa pilpres di Mahkamah Konstitusi (MK) Republik Indonesia. Dari empat pilpres yang ia ikuti sebagai pasangan calon pada 2009, 2014, 2019, dan 2024, Prabowo pernah tiga kali jadi pemohon yang selalu kalah. Kini, Putusan MK Nomor 1/PHPU.PRES-XXII/2024 dan Nomor 2/PHPU.PRES-XXII/2024 membuat Prabowo menang telak dengan menolak permohonan yang diajukan lawan-lawannya untuk seluruhnya. MK menggelar sidang putusan sengketa hasil Pilpres 2024, Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar dan Ganjar Pranowo-Mahfud MD kalah telak dengan hasil akhir seluruh isi permohonannya ditolak dan Prabowo-Gibran dinyatakan sebagai Presiden dan Wakil Presiden secara sah untuk periode 2024-2029.

KESIMPULAN

Demografi pemilih dalam Pemilu 2024 yang didominasi oleh Gen Z dan Millennial berperan besar dalam bagaimana para paslon berkampanye. Akan tetapi, tidak dapat dipungkiri bahwa suara dari generasi Boomer dan Baby Boomer juga menentukan kemenangan para calon mengingat terdapat tiga paslon yang berkontestasi dalam Pemilu 2024. Prabowo-Gibran dengan daya tarik mereka di media sosial berhasil menjangkau Gen Z dan Millennial. Penggunaan lagu tema dan

ilustrasi animasi yang mudah untuk diingat juga membuat masyarakat familiar dengan paslon Prabowo-Gibran. Di sisi lain, popularitas Prabowo ditambah dengan dukungan dari Presiden Jokowi meyakinkan pemilih generasi Boomer dan Baby Boomer untuk memberikan suaranya kepada paslon ini. Prabowo-Gibran mampu memberikan keyakinan kepada publik akan keberlanjutan program yang dicanangkan oleh Presiden Jokowi, yang berperan penting dalam memenangkan dukungan dari generasi Boomer dan Baby Boomer. Keberhasilan Prabowo-Gibran dalam menjangkau berbagai generasi menunjukkan bahwa pesan politik dan strategi yang mereka usung memiliki daya tarik yang kuat di berbagai kalangan masyarakat dan rata secara demografi. Pada akhirnya upaya ini dilakukan tentu untuk memenangkan pemilu satu putaran.

SARAN

Mengacu pada pembahasan dari makalah ini, penulis ingin memberikan beberapa saran dan/atau solusi kepada berbagai pihak yang terkait. Berikut saran yang ingin disampaikan:

1. Bagi para politisi agar dapat memanfaatkan kemajuan teknologi berupa media sosial untuk membangun citra bahkan bisa dijadikan sebagai sarana kampanye untuk menarik simpati masyarakat terutama generasi muda yang intensitas penggunaan media sosialnya sangat tinggi.
2. Bagi para generasi muda agar dapat memanfaatkan media sosial untuk mencari informasi mengenai isu-isu pemilu dan tidak mudah terpengaruh oleh black campaign.

REFERENSI

Florentina Dwiastuti. (2024). Strategi Perolehan Suara Lintas Generasi Prabowo-Gibran pada Pemilihan Umum 2024. *CSIS Commentaries*, 1–6.

Permadi, D., Suparto, D., & Bisri, A. Z. (2024). Analisis Semiotik Iklan Politik Prabowo Gibran Pada Pilpres 2024 *Semiotic Analysis Of Prabowo Gibran's Political Ads In The 2024 Presidential Election* (Vol. 10, Issue 1).

Revolusi, P. R. (2024). Persepsi Publik Dan Media Sosial Dalam Kampanye Digital Pilpres 2024. *Jurnal Komunikasi Dan Bahasa*, 5(1).