

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Obyek Penelitian

#### 1. *Profiling* Prabowo – Gibran

##### a. Prabowo Subianto

Prabowo Subianto adalah salah satu kandidat calon presiden pada Pemilu 2024. Partai Gerindra yang saat ini diketuai Prabowo Subianto telah mengikrarkan Menteri Pertahanan RI itu sebagai kandidat capres Pemilu 2024. Prabowo Subianto mungkin sudah sangat akrab sebagai capres, sebab Prabowo Subianto sudah menjadi capres pada Pemilu 2014 dan 2019. Prabowo Subianto merupakan seorang politisi senior di Indonesia. Sebelum mendirikan Partai Gerindra, Prabowo Subianto dulunya menjadi politisi dari Partai Golkar. Prabowo Subianto yang saat ini menjadi Menteri Pertahanan dilantik oleh Presiden Republik Indonesia Joko Widodo pada tanggal 23 Oktober 2019 dalam Kabinet Indonesia Maju Masa Jabatan 2019-2024.<sup>1</sup>

Menjelang pemilihan umum, Prabowo subianto menjadi populer di kalangan pemilih muda karena para pendukungnya di media sosial yang mempublis konten gemoy, joget dan lainnya. Tak hanya itu, postingan kucing di *Instagram* resmi Prabowo subianto juga sempat trending topic di media sosial. Prabowo adalah mantan jenderal yang dipecat dari militer di tengah tuduhan terlibat dalam penculikan dan penyiksaan. Namun saat ini, Prabowo Subianto, kandidat terdepan dalam pemilu 2024 mendatang, menampilkan citra yang sangat berbeda. Prabowo Subianto kini menjadi seorang bapak-bapak yang lucu dengan gerakan jogetan yang canggung dan sisi yang lebih lembut.

Di beberapa acara, Prabowo, 72 tahun terlihat beberapa kali menggoyangkan pinggulnya dan melambaikan tangannya. Gerakan itu terekam dalam video dan viral di *TikTok*, di mana para netizen memanggilnya “gemoy”, yang artinya lucu. Di media sosial *Instagram*, akunnya memperlihatkan dia meringkuk dan mencium kucingnya, serta berpose dengan tangan dalam isyarat cinta hati. Hal ini merupakan perubahan

---

<sup>1</sup> Adi Wikanto, “Profil Prabowo Subianto, Bakal Calon Presiden Pemilu 2023 yang Diusung 4 Partai.” (kontan.co.id), Januari. 11, 2024. <https://nasional.kontan.co.id/news/profil-prabowo-subianto-bakal-calon-presiden-pemilu-2023-yang-diusung-4-partai>

yang cukup besar bagi Prabowo, mantan menantu mendiang diktator Soeharto, yang dituduh terlibat dalam penculikan dan penyiksaan terhadap aktivis pro-demokrasi pada akhir tahun 1990an, dan pelanggaran hak asasi manusia di Papua dan Timor Timur saat ini terlihat sangat lucu dan menggemaskan di mata anak-anak muda.<sup>2</sup>

Terlepas dari masa lalunya yang begitu kontroversial. Prabowo subianto, yang saat ini pasangan cawapresnya adalah putra tertua Presiden Joko Widodo yaitu Gibran Rakabuming Raka, pada saat ini memimpin dalam survei pemilu menjelang pemilu bulan februari di Indonesia. Survey dari Indikator Politik baru-baru ini menunjukkan bahwa ia berhasil meraih dukungan dari pemilih muda, yang akan berperan penting dalam menentukan hasil pemilu pada 14 Februari mendatang. Pemilih berusia antara 17 sampai 40 tahun akan mencakup lebih dari 50% pemilih, menurut data dari komisi pemilihan.<sup>3</sup>

#### **b. Gibran Rakabuming Raka**

Calon wakil presiden Gibran Rakabuming Raka, meninggalkan karir wirausahanya yang sukses pada tahun 2020 untuk menjadi Wali Kota Surakarta di Jawa Tengah. Kini, putra sulung Presiden Joko Widodo yang berpendidikan luar negeri ini mengincar jabatan tertinggi kedua di negara ini. Gibran Rakabuming Raka adalah walikota Surakarta di Jawa Tengah saat ini, dan putra tertua Presiden Joko Widodo. Berlatar belakang wirausaha, Gibran pernah mengatakan bahwa dirinya tidak ingin terlibat dalam politik dan hanya akan fokus pada bisnisnya, terlepas dari pengaruh politik ayahnya. Segalanya berubah drastis beberapa tahun lalu, setelah ia berhasil mencalonkan diri sebagai walikota di kampung halamannya, tempat ayahnya juga pernah memerintah. Gibran kini mencalonkan diri sebagai wakil presiden pada pemilihan umum 2024, bersama calon presiden Prabowo Subianto dari Partai Gerindra.

Pada tahun 2007, Gibran memperoleh gelar sarjana dari Management Development Institute of Singapore. Dia kemudian melanjutkan studi lebih lanjut di University of

---

<sup>2</sup> Rebecca Ratcliffe, "From military leader to 'harmless grandpa': the rebranding of Indonesia's Prabowo," (The Guardian), Januari. 9, 2024. <https://www.theguardian.com/world/2024/jan/09/indonesia-election-prabowo-subianto-rebranding-kidnapping-accusations>

<sup>3</sup> Rebecca Ratcliffe, "From military leader to 'harmless grandpa': the rebranding of Indonesia's Prabowo," (The Guardian), Januari. 9, 2024.

Technology Sydney di Australia, lulus pada tahun 2010. Setelah kembali ke Indonesia, Gibran terjun ke dalam perjalanan wirausahanya dengan mendirikan Chilli Pari, sebuah bisnis katering yang akan menjadi landasa bagi beberapa usahanya di masa depan. Ia kemudian meluncurkan Markobar, sebuah usaha F&B yang menjual martabak manis yang kini telah berkembang menjadi 33 gerai di seluruh Indonesia.<sup>4</sup>

Bisnis Gibran diperluas hingga mencakup Pasta Buntel, CS Coffee Shop, dan perusahaan jas hujan bernama Tugas Negara Bos, yang menunjukkan keserbagunaan yang melampaui selernya. Bersama saudaranya Kaesang Pangarep dan chef selebriti Arnold Poernomo, Gibran mendirikan Mangkok Ku, sebuah start-up yang menjual rice bowl dengan bahan-bahan Indonesia. Ia juga merambah ke bidang teknologi dengan mendirikan Goola, sebuah start-up kuliner yang telah mendapatkan pendanaan besar. Ia juga menciptakan aplikasi pencarian kerja Kerjaholic. Sepanjang karir wirausahanya, Gibran mengaku belum mendapat keistimewaan apa pun dari pemangku kepentingan atau pengambil kebijakan karena statusnya sebagai anak Presiden. Ia bahkan menegaskan tidak akan pernah terjun ke dunia politik, untuk mencegah potensi konflik kepentingan.<sup>5</sup>

Namun, secara mengejutkan pada tahun 2020, Gibran memasuki kancah politik dengan bergabung dengan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P). Tujuannya adalah mencalonkan diri sebagai Wali Kota Surakarta pada Pilkada 2020. Perjalanan politiknya kembali mengalami perubahan yang tidak terduga pada tanggal 22 Oktober tahun ini, ketika ia dinyatakan sebagai pasangan calon wakil presiden Prabowo setelah keputusan Mahkamah Konstitusi yang kontroversial mengenai kelayakannya yang kemudian menyebabkan pamannya, Ketua Mahkamah Agung Anwar Usman, dicopot dari jabatan kepemimpinannya. Prabowo pernah menjadi saingan Jokowi pada pemilu tahun 2014 dan 2019, namun kini menjadi salah satu sekutu terdekatnya di kabinet. Dipilihnya Gibran oleh Prabowo sebagai calon wakil presiden merupakan

---

<sup>4</sup> “Candidate profile: Gibran Rakabuming Raka.” (The Jakarta Post), Desember. 1, 2023. <https://www.thejakartapost.com/indonesia/2023/12/01/candidate-profile-gibran-rakabuming-raka.html>

<sup>5</sup> “Candidate profile: Gibran Rakabuming Raka.” (The Jakarta Post), Desember. 1, 2023. <https://www.thejakartapost.com/indonesia/2023/12/01/candidate-profile-gibran-rakabuming-raka.html>

langkah yang diperhitungkan untuk menarik suara pendukung Jokowi, dan memanfaatkan ikatan kekeluargaan. Prabowo dan para pendukung politiknya berharap kehadiran putra petahana tersebut dalam pemilu akan menghasilkan lebih banyak suara untuk aliansi tersebut pada pemilu mendatang.<sup>6</sup>

## 2. Gambaran Umum Mengenai Buzzer Prabowo – Gibran

Dalam pandangan masyarakat awam, *buzzer* politik di Indonesia memiliki kecenderungan untuk mempublikasikan konten yang salah dan disinformasi dengan menggunakan akun palsu yang dioperasikan oleh orang-orang dan robot atau bot dalam jumlah besar. Pesan dikeluarkan oleh *buzzer* dapat menyebabkan sebuah opini atau topik menjadi tren di media sosial, *buzzer* politik juga sering dianggap hanya menyerang tokoh politik untuk menjatuhkan elektabilitas lawannya di media sosial dan juga sebaliknya.<sup>7</sup> Namun tidak semua *buzzer* politik menggunakan akun robot dan menyebarkan konten negatif di media sosial, dalam penelitian ini akan membuktikan bahwa *buzzer* politik juga bisa melakukan kampanye positif dengan mempublikasikan konten-konten positif di media sosial tanpa menyerang pihak lawan dengan konten hoaks dan sebagainya.

*Buzzer* politik memiliki peran penting dalam membentuk opini publik. Sedangkan dalam pengelolaan isu, opini, dan konten di media sosial, *buzzer* bekerja dengan tim caleg atau capres yang memakai jasanya.<sup>8</sup> *Buzzer* politik tentu saja memiliki karakteristik yang berbeda beda dalam menyampaikan pesan di media sosial, meskipun yang dikampanyekan merupakan orang yang sama. Begitu juga dengan *buzzer-buzzer* yang mengkampanyekan pasangan Prabowo – Gibran di media sosial juga memiliki karakteristik berbeda tetapi dengan pola yang hampir sama. Di bawah ini adalah profil umum dan karakteristik *buzzer-buzzer* Prabowo – Gibran di beberapa media sosial yang berbeda:

---

<sup>6</sup> “Candidate profile: Gibran Rakabuming Raka.” (The Jakarta Post), Desember. 1, 2023. <https://www.thejakartapost.com/indonesia/2023/12/01/candidate-profile-gibran-rakabuming-raka.html>

<sup>7</sup> Harry Fajar Maulana and Hastuti Hastuti, “Peran Buzzer Politik Dalam Pembentukan Opini Publik Dukung Anies Baswedan Di Sosial Media Twitter,” *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis* 6, no. 1 (2022): 111, <https://doi.org/10.24853/pk.6.1.111-122>.

<sup>8</sup> Ade Faulina, Emeraldy Chatra, and Sarmiati, “Peran Buzzer Dalam Proses Pembentukan Opini Publik Di New Media,” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 5, no. 2 (2021): 2806–20, <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/1305>.

- a. @PartaiSocmed. Sebuah akun di media sosial *twitter*(X) yang memiliki jumlah *follower* 549.976 per 31 Desember 2023 ini adalah akun yang sering mengupas isu-isu sosial yang sedang terjadi, yang dilakukan oleh akun Partai Socmed bisa dibidang *citizen journalism* sebab sering menyajikan pemberitaan secara mendalam di media sosial *twitter* secara berkala dan juga sering membongkar isu-isu sosial. akun tersebut mengumumkan dukungannya kepada Prabowo – Gibran dan menjadi *buzzer* organik pada tanggal 1 Desember 2023. dalam beberapa postinggannya untuk mengkampanyekan Prabowo-Gibran, akun ini terlihat memiliki ciri khas yang unik, yaitu meluruskan berita-berita *hoax*s yang menyerang pasangan calon Prabowo – Gibran, akun tersebut juga terpantau beberapa kali memposting meme terkait Prabowo – Gibran dan bagusnya akun tersebut tidak mempublish postingan yang *hoax*s untuk menyerang pasangan calon lainnya.

**Gambar 4.1. Profil Akun *twitter*(X) @PartaiSocmed**

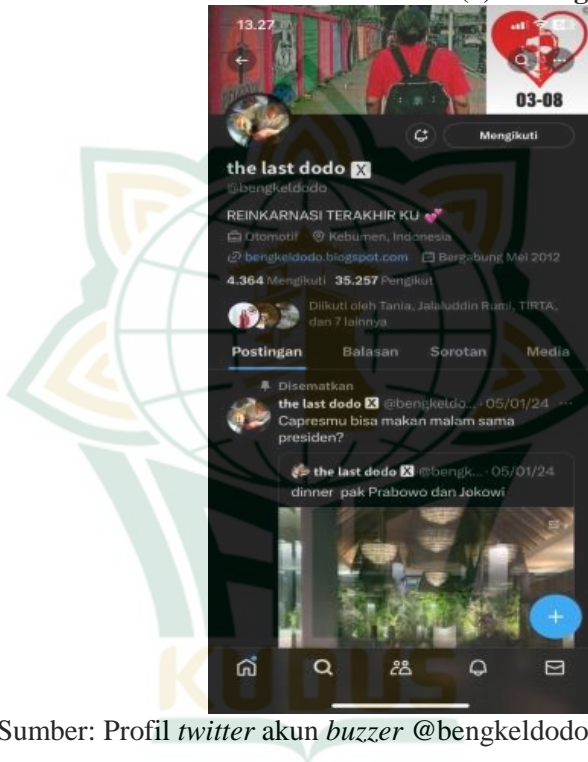


Sumber: Profil *twitter* akun *buzzer* @PartaiSocmed

- b. @bengkeldodo. Sebuah akun *buzzer* politik yang sudah lama berada di media sosial *twitter* (X) ini dulu awalnya adalah pendukung Jokowi. Namun karena pada pemilu 2024 ini

Jokowi cenderung berpihak ke pasangan Prabowo – Gibran maka *buzzer* tersebut juga berupaya mengkampanyekan Prabowo – Gibran. Dalam beberapa postingannya akun ini terlihat sering menggiring opini ke public bahwa pengganti Jokowi yang layak adalah Prabowo. Dalam beberapa postingannya akun ini juga sering menyebarkan konten-konten Prabowo saat sedang bersama Jokowi.

**Gambar 4.2. Profil Akun *twitter(x)* @bengkeldodo**



Sumber: Profil *twitter* akun *buzzer* @bengkeldodo

- c. @Heraloebss. Akun *buzzer* ini sebenarnya hampir sama dengan akun @PartaiSocmed, sama sama sering menyajikan dan mengupas isu-isu sosial yang sedang terjadi. Namun perbedaannya adalah @Heraloebss memang sejak dulu merupakan *buzzer* Prabowo Subianto di media sosial, ditambah lagi akun @Heraloebss juga sering menyebarkan konten-konten animasi tentang Prabowo dan Gibran di media sosial *twitter(X)*.

Gambar 4.3. Profil Akun *twitter(x)* @Heraloebss



Sumber: Profil *twitter* akun *buzzer* @Heraloebss

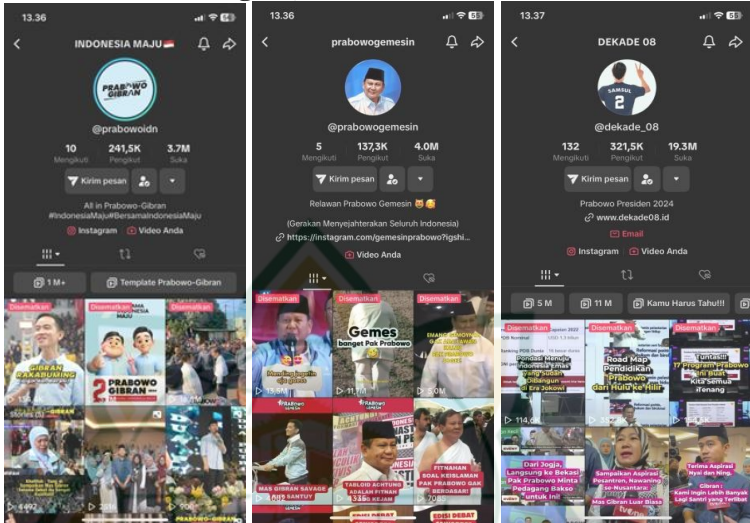
- d. @adearmando61. Pemilik dari akun ini adalah Ade Armando, merupakan seorang dosen, pegiat media sosial, politikus, dan sekarang menjadi *buzzer* Prabowo – Gibran di *twitter (X)*. Ade Armando mendukung Prabowo karena Jokowi effect sebab dulunya adalah pendukung Jokowi, di *twitter (X)* hampir setiap hari akun Ade Armando selalu mengkampanyekan pasangan calon Prabowo – Gibran serta selalu menyindir capres dan cawapres lain dengan tweet yang lumayan pedas, akan tetapi Ade Armando tidak menyebarkan *hoaks* untuk menyerang pasangan capres cawapres lainnya.

Gambar 4.4 Profil Akun *twitter*(X) @adearmando61

Sumber: Profil *twitter* akun *buzzer* @adearmando61

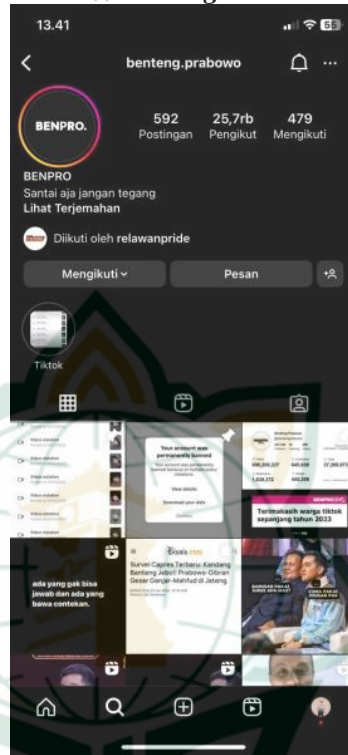
- e. @prabowoidn, @Prabowogemesin, @dekade\_08. Ketiga *buzzer* tersebut bergerilya di media Sosial *TikTok* dan memiliki karakteristik yang sama, yaitu menyebarkan konten-konten positif untuk menggaet suara gen z. di medeia sosial *TikTok* sejauh ini memang *buzzer-buzzer* Prabowo – Gibran terlihat seragam untuk menyebarkan konten positif dan tidak menyerang pasangan calon lainnya. Konten-konten positif berupa animasi Prabowo dan Gibran, Prabowo Joget, meme seputar Gibran dll ini berasal dari PRIDE (Prabowo Gibran Digital Team).

**Gambar 4.5. Tiga Profil Akun Buzzer Prabowo-Gibran di TikTok, @prabowoidn (Kiri), @prabowogemeshin (Tengah), @Dekade\_08(Kanan)**



Sumber: Profil TikTok akun buzzer @prabowoidn (Kiri), @prabowogemeshin (Tengah), @dekade\_08 (Kanan)

- f. @benteng.Prabowo. Buzzer organik Prabowo – Gibran di Instagram ini dikelola oleh anak muda yang bernama Ramon Pulungan, dia juga merupakan salah satu dari sekian banyak relawan PRIDE (Prabowo Gibran Digital Team). Dalam mengkampanyekan Prabowo – Gibran di media sosial akun ini sering mengunggah postingan berupa reels atau video yang berkaitan dengan Prabowo – Gibran dan pendukung – pendukungnya, akun ini juga sering mempublish animasi Prabowo dan Gibran untuk mencari suara dari milenial dan generasi Z.

Gambar 4.6. Profil *Buzzer Instagram* @benteng.Prabowo

Sumber: Profil *Instagram* akun *buzzer* @benteng.prabowo

*Buzzer* – *buzzer* yang disebutkan diatas tentu saja memiliki ciri khas yang berbeda. Strategi penyampaian pesan juga berbeda, karena berbeda platform media sosial tentu saja metode dan algoritmanya ada yang berbeda. Namun terdapat satu hal yang sama dalam positoningnya melakukan marketing politik di media sosial, yaitu penggunaan kampanye positif dalam mempromosikan Prabowo – Gibran di media sosial. *Buzzer* tersebut tentu memiliki kemampuan untuk melakukan perbincangan dengan banyak orang di linimasa media sosial dan memiliki cara yang berbeda-beda di setiap media sosial, sebab karakter dari pengguna setiap platform media sosial tentu berbeda-beda.

## B. Deskripsi Data

### 1. Strategi *Marketing* Politik *Buzzer* Prabowo – Gibran Untuk Meningkatkan Elektabilitas Dalam Menghadapi Pemilu 2024

Menurut Christiany Judhita, strategi marketing politik yang dilakukan oleh para *buzzer* di media sosial pada umumnya dibagi menjadi dua, yaitu melalui kampanye negatif dan kampanye positif.<sup>9</sup> Pendekatan-pendekatan kepada masyarakat yang dilakukan *buzzer* Prabowo- Gibran berupa mempublish konten yang menarik di media sosial adalah strategi marketing yang berupa kampanye positif. Menurut Jamaludin Malik, Caleg DPR RI Dapil 2 Jateng dari Partai Golkar yang juga menjadi Relawannya Gibran (Bolone Mase) mengatakan bahwa:

“Jadi gini mas. Politik itu Punya banyak cara atau strateginya, kalau ini di timnya Prabowo - Gibran itu posisinya dalam kampanye adalah mengusung tema politik yang bergembira, riang gembira, menyenangkan. Salah satu cara yang digunakan untuk mendekati masyarakat terutama gen Z dan milenial ya dengan konten-konten yang menarik sepeerti joget, konten gemoy yang di posting melalui akun pendukung atau akun relawannya di media sosial.”<sup>10</sup>

Kampanye positif yang dilakukan oleh *buzzer* Prabowo-Gibran ini berlangsung di beberapa media sosial. Kampanye positif tersebut berupa mempublish animasi Prabowo-Gibran yang Gemoy, Prabowo joget dan banyak hal yang menarik lainnya. Dan hal itu sudah terbukti di banyak akun *buzzer* maupun pendukung Prabowo – Gibran, contoh salah satunya adalah postingan dari akun *buzzer* yang bernama @dekade\_08 di aplikasi *TikTok* seperti berikut ini:

---

<sup>9</sup> Juditha, “Buzzer Di Media Sosial Pada Pilkada Dan Pemilu Indonesia Buzzer in Social Media in Local Elections and Indonesian Elections.”

<sup>10</sup> Jamaludin Malik, wawancara oleh penulis, 9 Januari, 2024, Wawancara 1, Transkrip.

**Gambar 4.7. Postingan kampanye dari *Buzzer* @dekade\_08 di *TikTok* Berupa Pamflet Prabowo-Gibran Gemoy (Kiri), Prabowo Joget (Tengah), Animasi Gemoy (Kanan)**



Sumber: postingan dari akun *buzzer* @dekade\_08

Gambar 4.7 diatas merupakan postingan dari @dekade\_08, gambar tersebut berupa animasi AI berupa pamphlet kampanye Prabowo-Gibran (Kiri) yang di unggah pada tanggal 21 november 2023, postingan berupa Prabowo joget gemoy (Tengah), dan video Animasi berupa profil Prabowo-Gibran (Kanan). Dari adanya bukti gambar diatas dapat diketahui bahwa akun *buzzer* @dekade\_08 dari waktu ke waktu sering sekali memposting konten-konten positif sebagai bahan kampanye di media sosial *TikTok*. Tidak hanya akun @dekade\_08 yang melakukan kampanye positif secara konsisten. Akun *buzzer* @Prabowogemeshin dan @Prabowoidn juga sering melakukan kampanye positif di media sosial *TikTok* sebagai strategi marketing untuk mempromosikan Prabowo Gibran, dan itu terbukti dengan adanya gambar postingan dibawah ini:

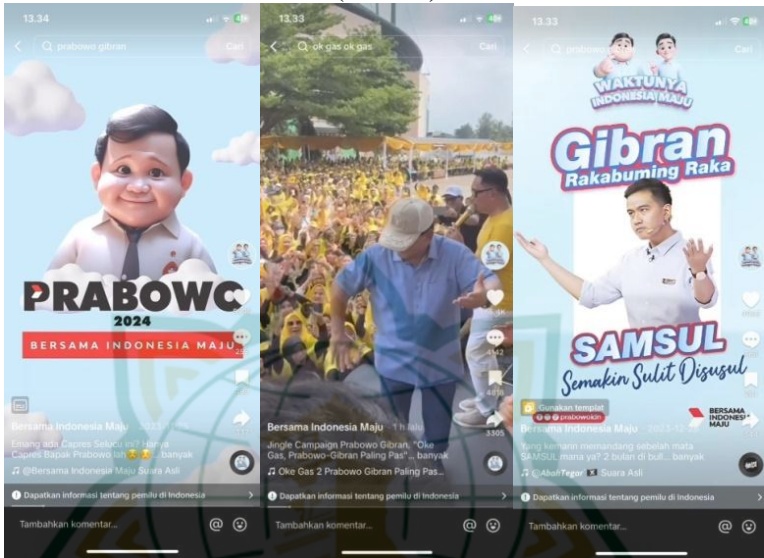
**Gambar 4.8. Postingan *Buzzer* @Prabowogemeshin di *TikTok* berupa Animasi Gemoy (Kiri), Prabowo Joget Gemoy (Tengah), Prabowo Joget (Kanan)**



Sumber: Postingan akun *buzzer* @prabowogemeshin di *TikTok*

Terkait gambar 4.8. diatas merupakan postingan dari akun *buzzer* @Prabowogemeshin di media sosial *TikTok*. Gambar yang pertama (Kiri) berupa animasi vidio kampanye Prabowo-Gibran yang dibuat menggunakan *AI* terkait visi misinya untuk anak-anak muda. Gambar kedua (Tengah) berupa Prabowo joget gemoy di acara kampanye. Dan gambar ketiga (Kanan) berupa Prabowo joget dan diteruskan dengan menampilkan hasil elektabilitas.

**Gambar 4.9. Postingan *Buzzer* @prabowoidn di *TikTok* berupa Animasi Gemoy AI(Kiri), Prabowo Joget(Tengah), Gibran (Kanan)**



Sumber: Postingan akun *buzzer* @prabowoidn di *TikTok*

Data gambar 4.9. diatas merupakan postingan dari akun *buzzer* @Prabowoidn di *TikTok*. Penjelasan terkait gambar diatas yaitu video animasi Prabowo gemoy (Kiri). Gambar selanjutnya menunjukkan video Prabowo joget di acara kampanye (Tengah). Dan yang terakhir berupa video meme Gibran yang mengklaim dirinya Samsul (Kanan).

Ketiga akun *buzzer* di atas seringkali mengkampanyekan Prabowo-Gibran melalui konten-konten positif di media sosial *TikTok*, karena memang bertujuan untuk menciptakan kampanye politik yang riang gembira. Postingan berupa konten-konten yang menarik tersebut juga tidak hanya dilakukan *buzzer* Prabowo Gibran di *TikTok* saja, tetapi *buzzer* di media sosial *twitter(X)*. Akun-akun tersebut tak lain adalah @PartaiSocmed, @Heraloebss, @bengkeldodo, dan @Adearmando61, dalam beberapa bulan terakhir keempat akun tersebut sering sekali mengkampanyekan Prabowo-Gibran di media sosial *twitter(X)* dengan konten-konten yang menarik, contohnya adalah sebagai berikut ini:

**Gambar 4.10. Postingan *Buzzer* @PartaiSocmed di *twitter***



Sumber: Postingan akun@adearmando61

Gambar 4.10. diatas merupakan postingan dari akun *buzzer* @PartaiSocmed di media sosial *twitter*. Gambar yang pertama (Kiri) berupa cuitan satu putaran yang diiringi dengan video animasi yang berasal dari salah satu *buzzer* di *TikTok*. Sedangkan gambar yang kedua (Kanan) berupa video Prabowo dan Gibran sedang melakukan joget di acara kampanye.

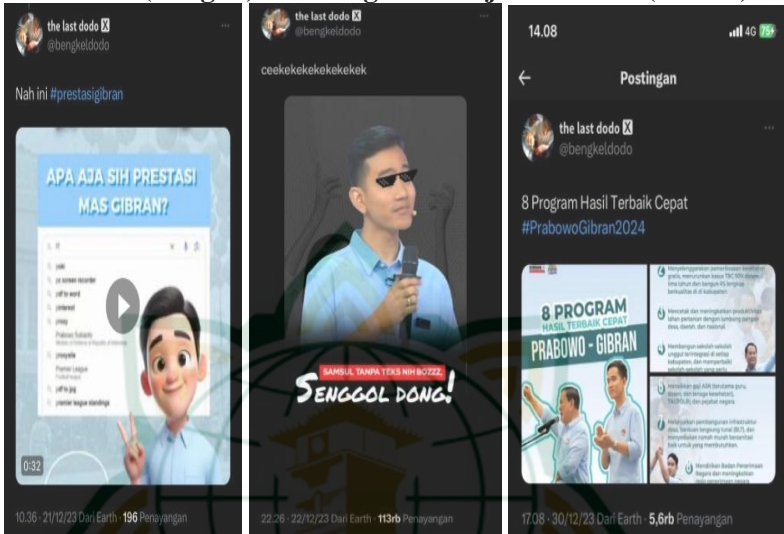
**Gambar 4.11. Postingan *Buzzer* @Heraloebss di *twitter***



Sumber: Postingan akun @Heraloebss di *twitter*

Gambar 4.11. menerangkan mengenai postingan *buzzer* @Heraloebss di *twitter* adalah sebagai berikut. Dalam data diatas terdapat dua postingan dari akun *buzzer* @Heraloebss. Yang pertama (Kiri) berupa video kampanye animasi prabowo-gibran yang dibuat menggunakan *AI*. Sedangkan yang kedua (Kanan) berupa video prabowo sedang menggendong kucing milik salah satu pendukungnya di acara kampanye, hal ini bertujuan untuk menarik suara dari kalangan pecinta kucing.

**Gambar 4.12. Postingan *Buzzer* @bengkelddodo di twitter(X) berupa Animasi Gibran dengan Prestasinya (Kiri), Meme Gibran (Tengah) dan Program Kerja Paslon 02 (Kanan)**



Sumber: Postingan akun @bengkelddodo di twitter

Gambar 4.12. tersebut dari postingan @bengkelddodo di *twitter*. Yang pertama (Kiri) berupa video animasi AI Gibran terkait keberhasilan dan prestasi Gibran saat menjabat sebagai walikota Solo. Yang kedua (Tengah) berupa postingan gambar meme tentang Gibran. Dan yang ketiga (Kanan) berupa postingan gambar program kerja Prabowo-Gibran ketika terpilih nanti.

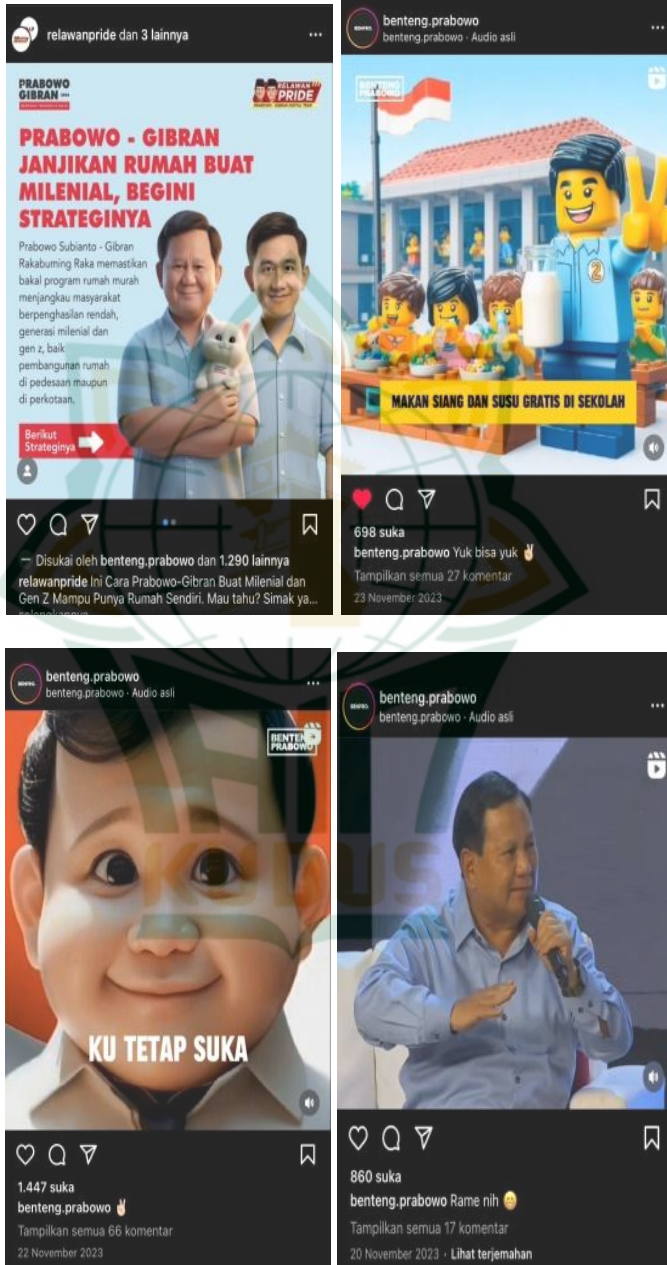
Gambar 4.13. Postingan *twitter(x)* @adearmando61

Sumber: Postingan akun buzzer @adearmando61 di twitter

Gambar 4.13. diatas merupakan postingan dari akun @adearmando61 di *twitter(X)*. gambar diatas berupa postingan ade Armando yang sedang mengkampanyekan prabowo-Gibran. Gambar kiri berupa animasi AI Prabowo-Gibran membawa kucing yang ditambahi cuitan berupa menyambut pemilu dengan riang gembira. Sedangkan gambar kanan berupa animasi AI Prabowo gemoy bersama kucingnya.

Tidak hanya di media sosial *TikTok* dan *twitter(x)* yang menjadi tempat kampanye positif buzzer Prabowo-Gibran. Di media sosial *Instagram* yang juga menjadi salah satu focus pada penelitian ini juga mengamati postingan dari buzzer @benteng.prabowo yang dari waktu ke waktu memposting konten-konten positif untuk mengkampanyekan Prabowo-Gibran. Akun @benteng.prabowo juga terafiliasi secara langsung oleh relawan PRIDE karena di beberapa postinggannya sering berkolaborasi dengan akun *Instagram* relawan PRIDE. Contoh-contoh konten positif yang sering dipublish oleh @benteng.prabowo adalah seperti gambar dibawah ini:

Gambar 4.14. Postingan dari @benteng.Prabowo di Media Sosial Instagram



Sumber: Postingan akun @benteng.prabowo di Instagram

Gambar 4.14. merupakan akun @benteng.prabowo merupakan salah satu buzzer 02 di *Instagram* yang setiap harinya mengkampanyekan Prabowo-Gibran. Dari gambar pertama (kiri atas) postingan tersebut berupa janji dari Prabowo-gibran untuk milenial terkait rumah impian. Gambar kedua (kanan atas) berupa animasi kampanye Prabowo-Gibran berupa program kerja makan siang dan susu gratis untuk anak sekolah. Yang ketiga (kiri bawah) berupa Animasi Prabowo gemoy yang dibuat menggunakan *AI*. Sedangkan gambar keempat (kanan bawah) berupa video Prabowo sedang melakukan joget di acara kampanye.

Konten positif seperti prabowo Joget dan gemoy yang diposting oleh *buzzer-buzzer* di berbagai macam platform media sosial seperti diatas awalnya muncul secara alami dari netizen di media sosial, hal ini dikatakan oleh RZ, salah satu anggota Relawan PRIDE (bidang organisasi) saat diwawancarai via *Direct Massage Instagram*. RZ mengatakan bahwa:

“Konten positif seperti Prabowo joget atau momen *gemoy*, yang menjadi fenomena ini awalnya secara alami muncul dari netizen dan diadopsi sebagai bagian dari strategi markeing politik. konten ini tentu targetnya pemilih muda dan bertujuan untuk menampilkan sisi humanis dari tokoh politik”<sup>11</sup>

Tidak hanya relawan PRIDE yang mengatakan hal seperti itu, admin @PartaiSocmed yang menjadi *buzzer* Prabowo terbesar di media sosial *twitter* juga mengatakan hal yang senada:

“Sebenarnya tidak disengaja. Awalnya karena pendukung melihat prabowo suka joget saja lalu ada yang memviralkan. Tim menangkap fenomena ini sebagai hal baik dan menguntungkan sehingga diteruskan. Jadi buka by design.”<sup>12</sup>

Konten kampanye berupa joget dan moment gemoy tersebut targetnya memanglah gen Z dan milenial (anak muda), sebab pendekatan terhadap anak muda tidak sama dengan pendekatan ke orang-orang tua. Pemilik akun @heraloebs yang menjadi *buzzer* Prabowo – Gibran di media sosial *twitter(X)* mengatakan bahwa:

---

<sup>11</sup> RZ (PRIDE), Wawancara Langsung oleh Penulis, 9 Januari, 2024, Wawancara 2, Transkrip.

<sup>12</sup> @PartaiSocmed, Wawancara Langsung oleh Penulis, 12 Januari, 2024, Wawancara 3, Transkrip.

“Hal yang paling fundamental dalam pemilihan presiden adalah resistensi thd parpol dan joget gemoy terbukti efektif menghilangkan resistensi tersebut, SEDERHANANYA: pendekatan politik terhadap gen z tidak bisa sama seperti ke aktivis-aktivis.”<sup>13</sup>

Sementara itu terkait target dari joget gemoy yang beredar di media sosial, Jamaludin Malik, Caleg DPR RI Dapil 2 Jateng dan juga anggota Relawan Gibran (Bolone Mase) juga mengatakan bahwa:

“Indonesia itu mengalami bonus demografi, usia pemilih produktif jumlahnya lebih banyak daripada yang sepuh, artinya sekarang penentu kemenangan ada di gen z dan milenial karena mereka yang mendominasi. Dan ini menjadi hal yang positif karena gen z dan milenial pasti menjadi pengguna smartphoene, maka dari itu konten-konten tersebut sering di publish agar gen z tidak buta politik dan menganggap politik itu menyenangkan, itu kan dibuktikan dengan adanya survey elektabilitas prabowo yang tertinggi.”<sup>14</sup>

Hal tersebut juga diperkuat dengan adanya data segmentasi pemilih, jika dilihat berdasarkan data demografi yang dirilis Lembaga survey Indikator Politik Indonesia periode 16-20 Oktober 2023, Prabowo Gibran paling banyak mendapatkan dukungan dari berbagai lapisan masyarakat. Mulai dari kalangan petani, nelayan, buruh, ibu ruma tangga, dan mahasiswa dengan berbagai macam usia mulai dari gen Z, milenial dan boomer(orang tua).<sup>15</sup> Namun 56% pemilih pemilu 2024 berasal dari kelompok gen z dan milenial. Komisioner KPU RI, Betty Epsilon Idroos, mengatakan sebanyak 46.800.161 atau 22,85 persen pemilih merupakan generasi Z. Sebutan generasi Z merujuk pada orang yang lahir

---

<sup>13</sup> @Heraloebss, Wawancara Langsung oleh Penulis, 14 Januari, 2024, Wawancara 4, Transkip.

<sup>14</sup> Jamaludin Malik, Wawancara Langsung oleh Penulis, 9 Januari, 2024, Wawancara 1, Transkip.

<sup>15</sup> "Didukung dari berbagai segmen masyarakat, Elektabilitas Prabowo Gibran kokoh" Tribun Jabar daring, 2 November, 2023, <https://jabar.tribunnews.com/amp/2023/11/02/didukung-berbagai-segmen-masyarakat-elektabilitas-prabowo-gibran-kokoh>

mulai tahun 1995 hingga 2000-an. Sedangkan pemilih dari generasi milenial sebanyak 66.822.389 orang atau 33,60 persen. Generasi milenial adalah sebutan untuk orang-orang yang lahir tahun 1980 sampai 1994. Jika ditotalkan, pemilih dari generasi Z dan milenial ini berjumlah 113.622.550 orang. Jumlah pemilih muda ini mendominasi karena mencapai 56,45 persen dari total pemilih.<sup>16</sup>

Tidak hanya konten joget dan gambar animasi gemoy Prabowo-gibran yang menjadi strategi marketing politik oleh tim dan para pendukung Prabowo\_Gibran. Jamaludin Malik juga mengatakan bahwa:

“Selain memberikan edukasi kepada masyarakat dengan kampanye yang positif, strategi lainnya kita menunjukkan keberhasilan2 yang sudah diperoleh oleh pak prabowo dan mas Gibran.”<sup>17</sup>

Hal yang dikatakan Jamaludin malik tersebut nampaknya sudah terbukti dan dilakukan oleh beberapa pendukung maupun *buzzer* Prabowo-Gibran, salah satunya pada *buzzer* @bengkeldodo di media sosial *twitter*(X) dan @dekade\_08 di *TikTok* yang memposting keberhasilan Gibran pada postingan animasi yang menarik seperti berikut ini:

---

<sup>16</sup> Bilal Ramadhan. “56 Persen Pemilih Pemilu 2024 dari Kelompok Gen Z dan Milenial,” (Republika), Juli. 03, 2023. <https://news.republika.co.id/berita/rx72ap330/56-persen-pemilih-pemilu-2024-dari-kelompok-gen-z-dan-milenial>

<sup>17</sup> Jamaludin Malik, Wawancara Langsung oleh Penulis, 9 Januari, 2024, Wawancara 1, Transkip.

**Gambar 4.15.** Postingan *twitter Buzzer* @bengkeldodo (Kiri) dan @dekade\_08 (Kanan) Berupa Keberhasilan Prabowo-Gibran



Sumber: Postingan akun @bengkeldodo di *twitter* (Kiri) dan Postingan akun @dekade\_08 di *TikTok* (Kanan)

Gambar 4.15. merupakan postingan dari @bengkeldodo di media sosial *twitter* dan postingan dari @dekade\_08 di media sosial *TikTok*. Gambar dari postingan @bengkeldodo berupa video animasi yang menunjukkan keberhasilan Gibran saat memimpin sebagai walikota Solo, keberhasilan tersebut terutama di bidang pembangunan infrastruktur. Sedangkan gambar dari @dekade\_08 di *TikTok* berupa keberhasilan Prabowo saat menjabat sebagai menhan, salah satunya yaitu perjanjian pembelian pesawat tempur kepada Amerika Serikat.

## 2. Dampak Yang Muncul Dari Aktivitas Buzzer Prabowo – Gibran Di Media Sosial Terhadap Pasangan Calon Tersebut

Konten joget dan narasi gemoy yang dipublish oleh *buzzer* dan pendukung paslon Prabowo-Gibran di media sosial tentu memiliki sebuah dampak dan respon yang muncul di masyarakat. Setiap orang memiliki respon yang berbeda-beda terkait konten kampanye tersebut. Untuk mengetahui dampak yang muncul dari adanya konten-konten joget dan narasi Prabowo – Gibran gemoy yang diposting oleh *buzzer* dan pendukung Prabowo-Gibran di media sosial, penulis melakukan wawancara terhadap beberapa orang yang masuk kedalam kategori gen z dan milenial. Wawancara itu dilakukan secara *online* melalui *chat WhatsApp* maupun *Direct Message Instagram*. Pertanyaan wawancara yang dilontarkan kepada gen Z dan milenial seputar dampak dari aktivitas *buzzer* dan pendukung prabowo gibran yang sering mempublish konten positif seperti joget, dan narasi gemoy Prabowo-Gibran. Serta apakah konten tersebut itu bisa memengaruhi responden untuk memilih pasangan calon Prabowo-Gibran ketika pemilu atau tidak.

Wawancara yang dilakukan kepada gen Z dan milenial ini dilakukan secara bertahap ke beberapa orang, tahap pertama dilakukan kepada empat orang mahasiswi yaitu Choidatul Hasanah (22), Novita Carolina (21), Rully Agustin (22), dan Putri Damayanti (22). Saat ditanya perihal dampak terhadap dirinya terkait konten Joget dan gemoy Prabowo-Gibran keempatnya memiliki jawaban yang berbeda beda. Terkait dampak dari adanya konten Joget dan Gemoy, Choidatul Hasanah (22) mengatakan bahwa:

“Sangat sering karena konten tersebut selalu fyp di media sosial *TikTok* dan timeline *Twitter* juga, dampak dari konten tersebut tentu memengaruhi saya dalam memilih paslon tersebut ketika pemilu nanti. Hal tersebut sangat menjadi pertimbangan saya dalam memilih capres karena visi misi bisa saja hanya sebagai patokan dalam bekerja 5 tahun ke depan yang belum tentu hal tersebut dapat terealisasikan sepenuhnya. Maka dari itu kita juga perlu melihat bagaimana sikap dan tutur kata dari capres maupun cawapres dan bagaimana capres dan cawapres menanggapi suatu

fenomena yang sedang terjadi selama masa kampanye, namun juga tidak melupakan visi misi mereka.”<sup>18</sup>

Sementara itu, Novita Carolina (21) saat diwawancarai via *online* juga mengatakan hal yang serupa:

“ya sangat berpengaruh terhadap pemilih paslon 02 dan saya sendiri. karena konten positif berupa blusukan dan gibran ikut merayakan kebersamaan saat bermain bola dapat memperkuat keyakinan untuk memilih paslon 02. dan beberapa video yang di upload tentang keberhasilan masing masing paslon 02 saat menjabat menuai tanggapan yang baik dari rakyat.”<sup>19</sup>

Sedangkan Rully Agustin (22) memberikan jawaban yang cukup singkat seperti ini:

“Dampaknya mungkin bisa mempengaruhi ya, dengan ciri khas yang diberikan itu memungkinkan terbentuknya persepsi positif yang menyatakan jika paslon 02 ini terkesan ramah.”<sup>20</sup>

Selanjutnya jawaban dari responden terakhir pada tahap pertama wawancara yaitu Putri Damayanti (22) mengatakan bahwa:

“Gaya kampanye yang menarik dapat menarik perhatian pemilih seperti saya. Bagi saya hal tersebut dilakukan sebab paslon tersebut ingin dekat dengan rakyat dan memperkuat pesan visi misi paslon.”<sup>21</sup>

Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada empat gen Z yang berprofesi sebagai mahasiswi menunjukkan bahwa dengan adanya kampanye positif dari pasangan Prabowo-Gibran itu memberikan dampak yang positif juga terhadap paslon tersebut, karena dengan konten kampanye yang positif itu memengaruhi orang untuk memilih paslon Prabowo-gibran pada saat pemilu.

---

<sup>18</sup> Choidatul Hasanah. Wawancara Langsung oleh Penulis, 15 Januari, 2024, Wawancara 5, Transkrip.

<sup>19</sup> Novita Carolina. Wawancara Langsung oleh Penulis, 15 Januari, 2024, Wawancara 6, Transkrip.

<sup>20</sup> Rully Agustin. Wawancara Langsung oleh Penulis, 15 Januari, 2024, Wawancara 7, Transkrip.

<sup>21</sup> Putri Damayanti. Wawancara Langsung oleh Penulis, 15 Januari, 2024, Wawancara 8, Transkrip..

Selain wawancara terhadap empat mahasiswi diatas, penulis juga melakukan wawancara lagi kepada 3 orang mahasiswa yaitu Fikri Alfatah (21), Ahmad Prayitno (22), dan Masitah Fitriyah (21). Metode wawancara dan pertanyaan juga masih sama dengan wawancara sebelumnya.

Terkait dampak dari adanya konten Joget dan Gemoy Prabowo-Gibran di media sosial, Fikri Alfatah berpendapat:

“Gaya kampanye yang efektif dapat menarik perhatian pemilih. Hal tersebut untuk membangun koneksi dengan pemilih dan memperkuat pesan visi-misi paslon namun, keputusan akhir tetap berada di tangan pemilih.”<sup>22</sup>

Sementara itu Ahmad Prayitno mengatakan hal yang berbeda dari para responden sebelumnya.

“Saya sering melihat konten tersebut di X, konten tersebut dibikin untuk menutupi dan menaikkan citra dari prabowo dan Gibran. Konten joget tersebut memberikan pengaruh terhadap saya dalam memilih nantinya dan dari penilaian saya, saya akan memilih calon yang lain yang lebih mengedepankan visi misi mereka ketimbang konten joget-joget tersebut.”<sup>23</sup>

Sedangkan dari Masitah Fitriyah memberikan pendapat yang lumayan singkat.

“Saya sering melihat konten gemoy Prabowo di TikTok, kalau dibilang terpengaruh dengan konten tersebut ya mungkin saja sih. Konten gemoy tersebut membuat saya lebih tertarik dengan beliau ya, dan untuk visi misi beliau saya taunya hanya sedikit.”<sup>24</sup>

Selain wawancara terhadap gen Z yang berprofesi sebagai mahasiswa, dalam penelitian ini penulis juga melakukan wawancar kepada dua orang generasi Z yang masih pelajar SMA yang di 2024 nanti akan mengikuti pemilu pertama kalinya. Pelajar tersebut yaitu AGP (17) dan Elsa Puspita (17). Metode wawancara pada kedua pelajar ini juga dilakukan secara *online* melalui *Direct*

---

<sup>22</sup> Fikri Alfatah. Wawancara Langsung oleh Penulis, 15 Januari, 2024, Wawancara 9, Transkrip.

<sup>23</sup> Ahmad Prayitno. Wawancara Langsung oleh Penulis, 15 Januari, 2024, Wawancara 10, Transkrip.

<sup>24</sup> Masitah Fitriyah. Wawancara Langsung oleh Penulis, 15 Januari, 2024, Wawancara 11, Transkrip.

*Message Instagram* dengan pertanyaan yang sama seperti responden sebelumnya.

AGP saat diwawancara terkait konten joget dan gemoy mengatakan bahwa:

“Saya sendiri terpengaruh oleh paslon 02 karena konten2 yang lucu tersebut. Dan beberapa video yang saya temukan di TikTok tentang keberhasilan masing-masing paslon 02 saat menjabat menuai tanggapan yang baik ya dikomentari postingannya.”<sup>25</sup>

Sementara itu, Elsan Puspita saat diwawancara juga mengatakan hal yang senada.

“Kalau saya sendiri sih terpengaruh ya, saya lebih suka terhadap pak Prabowo. Dimata saya pak Prabowo terlihat lebih menyenangkan karena sering joget joget hepi. Terus mas gibrannya juga beberapa kali terlihat santai banget. Apalagi dengan animasi gemoy mereka berdua, itu keren banget.”<sup>26</sup>

Selain wawancara terhadap generasi Z, penulis juga melakukan wawancara terkait konten joget dan gemoy Prabowo-gibran kepada empat orang yang masuk pada kategori generasi milenial, empat orang tersebut berprofesi sebagai pekerja. Keempat orang tersebut adalah Jauharudin Latif (31), Amelia Khasanah (30), Saputra (30), dan Roikhatul Adawiya (29). Metode yang digunakan saat wawancara juga masih sama dengan sebelumnya yaitu wawancara online melalui chat *whatsApp* dan *Direct Message Instagram*. Sedangkan untyuk pertanyaannya juga masih sama dengan responden sebelumnya, yaitu perihal dampak dari adanya konten joget dan gemoy Prabowo-Gibran yang beredar di media sosial.

Saat ditanya perihal konten joget dan gemoy yang diposting oleh *buzzer* Prabowo-Gibran di media sosial, Jauharudin Latif (31) memiliki pendapat yang cukup menarik.

---

<sup>25</sup> AGP, Wawancara Langsung oleh Penulis, 15 Januari, 2024, Wawancara 12, Transkrip.

<sup>26</sup> Elsa Puspita. Wawancara Langsung oleh Penulis, 15 Januari, 2024, Wawancara 13, Transkrip.

“Kalau terpengaruhi ya saya sedikit terpengaruh ya, tapi nantinya kan saya memilih krena visi misi bukan semata karena joget santai dll.”<sup>27</sup>

Sementara itu responden yang bernama Saputra juga mengatakan hal yang senada.

“Konten jogetnya Prabowo sering saya melihat di TokTok dan twitter ya. Sayasendiri untuk saat ini ya terpengaruh dengan kampanye timnya Prabowo dan Gibran ya. Karena mereka mengusung kampanye yang cukup berbeda ya, konten joget dan gemoy itu kan hal yang baru. Saya sendiri kan ini nanti pemilu kedua saya. Dibandingkan 2019 lalu prabowo saat ini menjadi lebih terlihat menyenangkan gitu lloo. Apalagi drngan wakilnya yang muda, ini kan menambah keyakinan saya untuk memili paslon tersebut slain dari kampanye yang riang gembira dan visi misinya ya.”<sup>28</sup>

Sedangkan Roikhatul Adawiyah (29) saat diwawancara terkait Konten joget gemoy mengatakan bahwa:

“Mungkin ya, soalnya bisa mempengaruhi orng yg fomo karena dengan banyaknya suara dimedia sosial mereka menganggap tdk akan ketinggalan trend dgn mengikuti atau memilih beliau.”<sup>29</sup>

Ketiga jawaban dari ketiga orang milenial tersebut memiliki jawaban yang hampir senada namun berbeda-beda alasannya. Jawaban yang sangat berbeda dari ketiga orang tersebut yaitu berinisial Amelia Khasanah, seorang milenial yang akan mengikuti pemilu nantinya memiliki pendapat yang menarik.

“Konten joget gemoy bisa pastinya untuk memengaruhi seseorang, apalagi buat pemilih yg masih muda, tapi kembali lagi ke individu masing masing, kalo dari aku sendiri ngga terlalu mempengaruhi.”<sup>30</sup>

---

<sup>27</sup> Jauharudin Latif. Wawancara Langsung oleh Penulis, 15 Januari, 2024, Wawancara 14, Transkrip.

<sup>28</sup> Saputra Wawancara Langsung oleh Penulis, 15 Januari, 2024, Wawancara 15, Transkrip.

<sup>29</sup> Raikhatul Adawiyah. Wawancara Langsung oleh Penulis, 15 Januari, 2024, Wawancara 16, Transkrip.

<sup>30</sup> Amelia Khasanah. Wawancara Langsung oleh Penulis, 15 Januari, 2024, Wawancara 17, Transkrip.

Dari 13 orang yang menjadi responden wawancara via online, 9 orang dari ke-13 tersebut usianya masuk kedalam kategori gen Z dan 4 diantaranya masuk dalam kategori milenial. Dari ke 13 orang yang diwawancara terdapat dua yang mengatakan bahwa tidak terpengaruh dengan konten joget dan gemoy Prabowo – Gibran. Namun 11 orang lainnya mengatakan terpengaruh untuk memilih paslon Prabowo-Gibran karena kampanye joget dan narasi gemoy tersebut.

Selain melakukan wawancara terhadap generasi z dan milenial via *online*, penulis juga melakukan wawancara via *online* juga terhadap beberapa akun *buzzer* dan pendukung Prabowo-Gibran yang sering mengkampanyekan paslon tersebut di media sosial. *buzzer* tersebut yaitu @PartaiSocmed di media sosial *twitter*. Terkait dampak dari adanya konten joget dan gemoy tersebut, @PartaiSocmed memiliki jawaban yang begitu singkat dan jelas.

“Dampaknya sangatlah positif, itu terlihat dari elektabilitas beliau yang paling tinggi dalam beberapa waktu terakhir.”<sup>31</sup>

Selain wawancara terhadap akun *buzzer*, peneliti juga melakukan wawancara terhadap akun resmi pendukung Prabowo-Gibran, yaitu relawan PRIDE (Prabowo Gibran Digital Team) di media sosial *Instagram*, wawancara pada akun @relawanpride ini dijawab langsung oleh salah satu admin yang berinisial RZ.

“Konten positif di media sosial membantu membentuk citra positif dan meningkatkan visibilitas pasangan calon. Ini secara tidak langsung bisa berpengaruh positif pada elektabilitas mereka, terutama di kalangan muda yang aktif di media sosial.”<sup>32</sup>

Selain wawancara kepada akun *buzzer* dan pendukung Prabowo-Gibran secara online, peneliti juga melakukan wawancara secara langsung. Wawancara tersebut dilakukan kepada Jamaludin Malik, salah satu caleg DPR RI dari partai Golkar dan juga relwannya Gibran (Bolene Mase). Terkait dampak dari adanya

---

<sup>31</sup> @PartaiSocmed, Wawancara Langsung oleh Penulis, 12 Januari, 2024, Wawancara 3, Transkrip.

<sup>32</sup> RZ (PRIDE), Wawancara Langsung oleh Penulis, 9 Januari, 2024, Wawancara 2, Transkrip.

kampanye positif seperti konten joget dan gemoy Prabowo-Gibran, Jamaludin Malik mengatakan bahwa:

“Jadi gini mas, lawan politik prabowo itu selalu menyinggung hal negatif kepada pak prabowo, seperti melanggar ham dll. Makannya gemoy itu menunjukkan kalau sebenarnya prabowo itu gak seburuk yang mereka omongkan. Dan terbukti dalam sesi debat prabowo tidak pernah menyerang capres lain. Gemoy membuktikan bahwa prabowo bukanlah seorang yang bengis seperti yang diomongkan, tapi memang jiwanya yang tegas karena dia kan pasukan. Prabowo dan mas Gibran melarang pendukungnya untuk menyerang, bahkan mas Gibran sendiri sering ngomong kalau tidak usah menanggapi hal negatif dan untuk mereponnya kita kasih joget saja. Sebenarnya joget itu kan reflek pak Prabowo ketika senang, tapi ketika kita lihat netizen itu responnya baik maka timnya prabowo-Gibran menjadikan joget dan gemoy itu sebagai bahan kampanye di media sosial. hal tersebut pun diterima dengan baik oleh masyarakat, buktinya kan bisa dilihat dari tingginya elektabilitas pak Prabowo dibanding calon lainnya.”<sup>33</sup>

Dari hasil wawancara terhadap *buzzer*, relawan, dan juga politisi tersebut, ketiganya memberikan jawaban yang berbeda tapi senada. Dalam wawancara tersebut ketiganya sependapat dengan konten joget dan gemoy bisa menaikkan elektabilitas pasangan calon Prabowo-Gibran. Hal senada juga dikatakan oleh Peneliti senior Lingkaran Survei Indonesia (LSI) Denny JA, Toto Izul Fatah saat diwawancarai oleh liputan 6 terkait efek konten joget dan gemoy. Toto Izul Fatah mengatakan bahwa:

“Konten joget dan gemoy seperti ini sangat potensial disukai segmen pemilih muda yang semakin meningkat jumlahnya. Ini cara cerdas dongkrak elektabilitas Prabowo –Gibran.”<sup>34</sup>

Naiknya elektabilitas Prabowo-Gibran juga terbukti dalam beberapa waktu terakhir. Dibawah ini adalah gambaran umum tentang survey awal elektabilitas pasangan Prabowo – Gibran

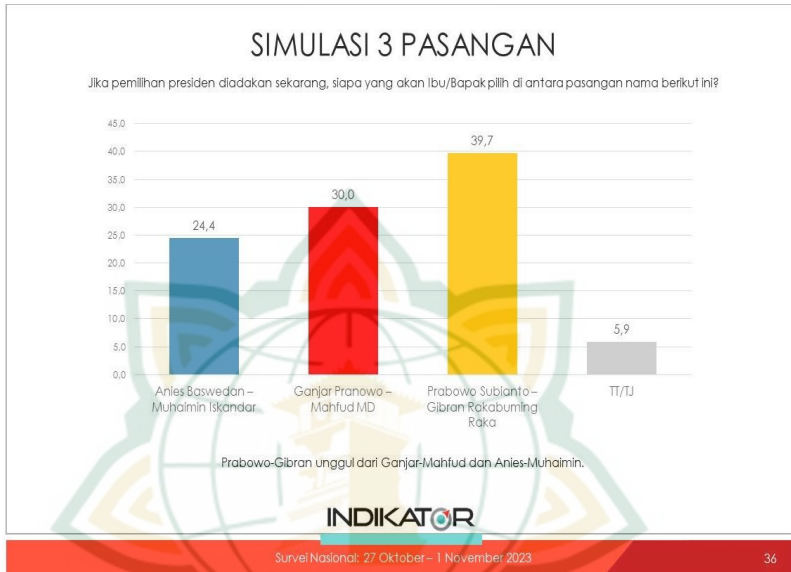
---

<sup>33</sup> Jamaludin Malik, Wawancara Langsung oleh Penulis, 9 Januari, 2024, Wawancara 1, Transkrip.

<sup>34</sup> Asep Mulyana, “Peneliti LSI Sebut Joget Gemoy Dongkrak Elektabilitas Prabowo,” Liputan 6, Nopv. 28, 2023. <https://www.liputan6.com/regional/read/5465815/>

menurut Indikator Politik Indonesia yang keluar pada 12 November 2023.

**Gambar 4.16. Hasil Survei Indikator Politik Pada 12 November 2023**

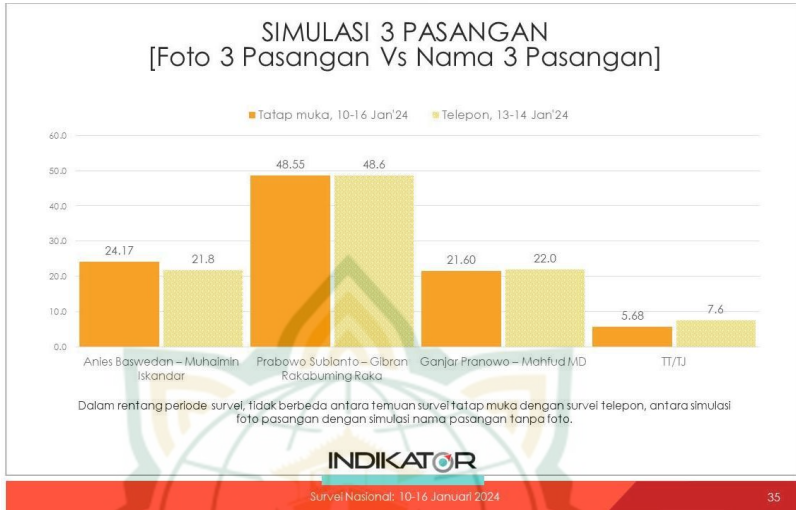


Sumber: website Indikator Politik

Gambar 4.16 adalah data Hasil Survei yang dilakukan oleh Indikator Politik Indonesia yang muncul pada 12 November 2023 ini menunjukkan bahwa pasangan Prabowo – Gibran memiliki hasil yang paling tinggi yaitu pada 39,7 %. Sementara pada posisi kedua adapasangan Ganjar – Mahfud yang berada pada angka 30,0% dan disusul oleh pasangan Anis – Muhaimin pada angka 24,4% di posisi terakhir. Sedangkan pengambilan data pada survey elektabilitas tersebut dilakukan pada 27 Oktober 2023 sampai 1 November 2023. Survey yang dilakukan oleh Indikator Politik Indonesia ini dilaksanakan secara tatap muka dengan 1.220 responden di 38 provinsi dan memiliki toleransi kesalahan (margin of error – MoE) sekitar +/- 2.9% pada tingkat kepercayaan 95%.

Dibawah ini juga terdapat hasil dari survey indikator politik yang keluar pada 20 Januari 2024, Hasil Survei dibawah ini berjarak kurang lebih tiga bulan dari survey diatas.

**Gambar 4.17. Hasil Survei Indikator Politik Pada 20 Januari 2024**



Sumber: website Indikator Politik

Gambar 4.17 merupakan data Hasil Survei yang menyatakan tingkat elektabilitas pasangan Prabowo-Gibran mencapai 48,55 persen. Sementara itu posisi kedua ditempati oleh pasangan Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar dengan elektabilitas sebesar 24,17 persen. Capaian itu sekaligus mengalahkan pasangan Ganjar Pranowo-Mahfud MD yang hanya 21,60 persen. Survei Indikator Politik Indonesia dilakukan pada 10-16 Januari 2024. Sementara untuk metode sampling yang dilakukan ialah multistage random sampling dengan total sampel 1.200 responden. Teknik pengumpulan data dalam survei ini dilakukan Indikator Politik Indonesia melalui wawancara tatap muka menggunakan kuesioner dengan margin of error 2,9 persen dan tingkat kepercayaan 95 persen.

### C. Analisa Data

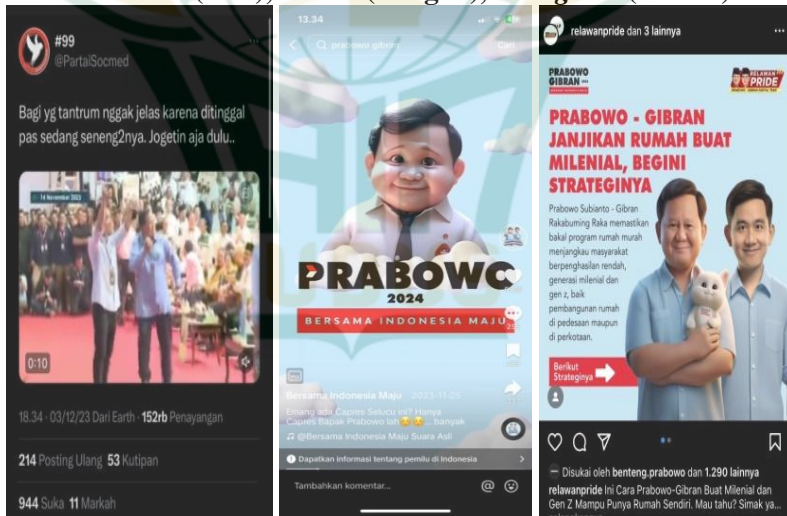
#### 1. Strategi Marketing Politik Buzzer Prabowo-Gibran Untuk Meningkatkan Elektabilitas Dalam Menghadapi Pemilu 2024

Tingkat kenaikan elektabilitas suatu Partai Politik ataupun politikus biasanya dipengaruhi oleh berbagai macam hal, seperti rekam jejak partai atau politikus, hingga strategi kampanye dan marketing politik yang dilakukan oleh seorang politisi, partai politik dan pendukungnya. Jika partai dan politikus semakin populer, maka semakin tinggi juga elektabilitas parpol atau

politikusnya. Sedangkan kepopuleran untuk meningkatkan sebuah elektabilitas biasanya disebabkan oleh strategi marketing politik dalam kampanye yang dilakukan oleh politisi dan pendukungnya beserta Partai Politik pengusungnya.<sup>35</sup>

Pada pasangan calon presiden nomor urut 02 yaitu Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka saat ini memiliki elektabilitas yang sangat tinggi. Hal itu disebabkan oleh beberapa hal, salah satunya adalah strategi marketing politik yang dilakukan *buzzer* dari paslon 02 di media soaial. Menurut Christiany Judhita, strategi marketing politik yang dilakukan oleh para *buzzer* di media sosial pada umumnya dibagi menjadi dua, yaitu melalui kampanye negatif dan kampanye positif.<sup>36</sup> *Buzzer-buzzer* Prabowo-Gibran dalam mengkampanyekan paslonnya tentu memiliki strategi marketing yang sangat menarik dan tentu memakai kampanye positif. Hal ini terbukti dengan banyaknya *buzzer* Prabowo – Gibran yang secara terus-menerus mempublikasikan kampanye positif seperti konten joget dan gemoy di berbagai macam platform media sosial.

**Gambar 4.18. Contoh Postingan Kampanye Positif dari *Buzzer* di Twitter (Kiri), Tiktok (Tengah), Instagram (Kanan)**



Sumber: Postingan akun @PartaiSocmed (Kiri), @prabowoidn (Tengah) dan @benteng.prabowo (Kanan)

<sup>35</sup> Hamiruddin, “Survei Dan Konsultan Politik: Membangun Popularitas Dan Elektabilitas Politik.”

<sup>36</sup> Juditha, “Buzzer Di Media Sosial Pada Pilkada Dan Pemilu Indonesia Buzzer in Social Media in Local Elections and Indonesian Elections.”

Gambar 4.18. diatas merupakan postingan kampanye positif dari tiga akun *buzzer* di berbagai macam platform media sosial. yang pertama postingan kampanye positif dari @PartaisSocmed di media sosial *twitter*(X) berupa Prabowo-gibran sedang berjoget. Yang kedua postingan dari @prabowoidn di media sosial *TikTok* berupa animasi gemoy Prabowo Subianto yang dibuat menggunakan *Artificial Intelegent (AI)*. Sedangkan yang ketiga berupa program rumah untuk milenial dari postingan @benteng.Prabowo.

Menurut Tjiptono dan Chandra, terdapat tiga strategi yang sangat penting dalam marketing, dan nantinya bisa digunakan juga dalam marketing politik yaitu segmentasi, targeting dan positioning. *segmentasi* yaitu pengelompokan atau pemilahan pasar heterogen ke dalam satuan pasar homogen.<sup>37</sup> Dalam *segmentasinya*, *buzzer-buzzer* Prabowo – Gibran tentu sudah mengelompokkan target pasarnya. jika dilihat berdasarkan data demografi yang dirilis Lembaga survey Indikator Politik Indonesia periode 16-20 Oktober 2023, Prabowo Gibran paling banyak mendapatkan dukungan dari berbagai lapisan masyarakat. Mulai dari kalangan petani, nelayan, buruh, ibu ruma tangga, dan mahasiswa dengan berbagai macam usia mulai dari gen Z, milenial dan boomer, tetapi yang paling besar berada pada ,ilenial dan gen Z sebab memang meraka menjadi mayoritas pemilih.<sup>38</sup>

Dengan adanya pengelompokan dari hasil survei tersebut maka nantinya para *buzzer* di media sosial akan lebih mudah menggunakan strategi selanjutnya, yaitu *targeting*. *Targeting* adalah sebuah proses mengevaluasi dan menentukan satu atau beberapa dari segmen pasar yang sesuai atau sejalan dengan program dari organisasi maupun sebuah lembaga.<sup>39</sup> Dari berbagai macam segmentasi, target dari para buzzer Prabowo-Gibran tentu mengarah ke generasi Z dan milenial, sebab 56% pemilih pemilu 2024 berasal dari kelompok gen z dan milenial. Komisioner KPU

---

<sup>37</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Sratetik* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2017), 178-187.

<sup>38</sup> "Didukung dari berbagai segmen masyarakat, Elektabilitas Prabowo Gibran kokoh" *Tribun*

Jabar daring, 2 November, 2023, <https://jabar.tribunnews.com/amp/2023/11/02/didukung-berbagai-segmen-masyarakat-elektabilitas-prabowo-gibran-kokoh>

<sup>39</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Sratetik* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2017), 178-187.

RI, Betty Epsilon Idroos, mengatakan sebanyak 46.800.161 atau 22,85 persen pemilih merupakan generasi Z. Sebutan generasi Z merujuk pada orang yang lahir mulai tahun 1995 hingga 2000-an. Sedangkan pemilih dari generasi milenial sebanyak 66.822.389 orang atau 33,60 persen. Generasi milenial adalah sebutan untuk orang-orang yang lahir tahun 1980 sampai 1994. Jika ditotalkan, pemilih dari generasi Z dan milenial ini berjumlah 113.622.550 orang. Jumlah pemilih muda ini mendominasi karena mencapai 56,45 persen dari total pemilih.<sup>40</sup>

Dari berbagai banyak segmen pemilih Prabowo-Gibran, kedua kelompok tersebut yaitu gen Z dan milenial tentu menjadi target utama *buzzer*, karena kedua golongan tersebut yang paling aktif di media sosial. Jamaludin Malik, seorang politisi dan juga relawan paslon 02 berpendapat bahwa Indonesia pada saat ini mengalami bonus demografi, yang berarti usia pemilih produktif jumlahnya lebih banyak daripada yang sudah tidak produktif. Dan sekarang penentu kemenangan ada di gen z dan milenial karena kedua generasi tersebut yang mendominasi. Dan ini menjadi hal yang positif karena gen z dan milenial pasti menjadi pengguna media sosial yang aktif.<sup>41</sup>

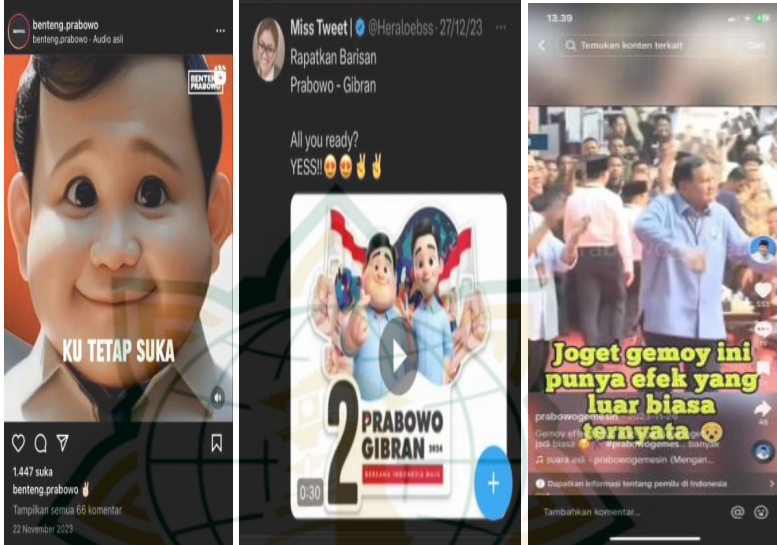
Selain kedua strategi yang sudah disebutkan diatas, *buzzer* Prabowo-Gibran juga terlihat lebih sering menggunakan strategi *positioning*. *Positioning* yakni penempatan citra produk di mata konsumen dengan menggunakan komunikasi yang efektif. Dalam hal ini *buzzer-buzzer* Prabowo-Gibran menempatkan kampanye yang riang gembira dengan memberikan konten-konten positif. Hal ini dapat terlihat dari kegiatan-kegiatan *buzzer-buzzer* Prabowo – Gibran di media sosial yang sering mengkampanyekan pasangan calon tersebut dengan kampanye positif seperti mengunggah joget gemoy, animasi gemoy tentang Prabowo-Gibran dan banyak hal positif lainnya. Hal itu dibuktikan dengan beberapa postingan di *Instagram*, *twitter(X)*, dan *TikTok*.

---

<sup>40</sup> Bilal Ramadhan. “56 Persen Pemilih Pemilu 2024 dari Kelompok Gen Z dan Milenial,” (Republika), Juli. 03, 2023. <https://news.republika.co.id/berita/rx72ap330/56-persen-pemilih-pemilu-2024-dari-kelompok-gen-z-dan-milenial>

<sup>41</sup> Jamaludin Malik, Wawancara Langsung oleh Penulis, 9 Januari, 2024, Wawancara 1, Transkrip.

**Gambar 4.19. Postingan *Buzzer* @benteng.prabowo (Kiri) Berupa Animasi Gemoy di *Instagram*, @heraloebss (Tengah) Video Animasi Gemoy di *twitter*. @prabowogemeshin (Kanan) Prabowo Joget di *TikTok***



Sumber: Postingan akun @benteng.prabowo (Kiri), @Heraloebss (Tengah) dan @prabowogemeshin (Kanan)

Gambar 4.19. diatas menunjukkan *positoning* dari buzzer-buzzer Prabowo-Gibran, yaitu sebuah kampanye positif yang riang gembira di media sosial. Gambar kiri merupakan postingan dari akun @benteng.prabowo di *Instagram* berupa animasi Prabowo Gemoy. Gambar yang di tengah dari postingan @Heraloebss di *twitter* berupa video animasi Prabowo-Gibran yang menampilkan program kerja. Sedangkan gambar kanan berupa video Prabowo joget gemoy dari postingan @prabowogemeshin.

Dengan adanya bukti postingan diatas itu sudah menunjukkan dua hal, yang pertama postingan seperti gemoy diatas merupakan penyesuaian gaya pendekatan politik ke anak muda dan konten gemoy tersebut memang ditujukan untuk mengambil hati generasi Z, dan yang kedua menunjukkan posisi *buzzer* Prabowo-Gibran di media sosial yang mengusung politik riang gembira. Dalam *positoningnya* yang mengkampanyekan politik riang gembira, *buzzer* Prabowo dan gibran tidak hanya mempublikasikan konten joget dan gemoy saja. Akan tetapi juga mempublikasikan keberhasilan pasangan calon tersebut pada saat menjabat sebagai menhan dan walikota untuk bahan edukasi

terhadap masyarakat. Postingan tentang keberhasilan tersebut juga dikemas dengan animasi yang menggemaskan. Contohnya seperti akun *buzzer* @bengkeldodo di media sosial *twitter*(X) dan @dekade\_08 di *TikTok* yang mempublikasikan konten positif dan menarik berupa keberhasilan Prabowo Subianto (menteri pertahanan) dan Gibran Rakabuming raka (walikota Solo) saat menjabat.

**Gambar 4.20. Postingan *Buzzer* @bengkeldodo (*twitter*) dan @dekade\_08 (*TikTok*) Berupa keberhasilan dan Prestasi Prabowo-Gibran**



Sumber: Postingan akun @bengkeldodo (Kiri) dan @dekade\_08 (Kanan)

Gambar 4.20. merupakan postingan dari @bengkeldodo di media sosial *twitter* dan postingan dari @dekade\_08 di media sosial *TikTok*. Gambar dari postingan @bengkeldodo berupa video animasi yang menunjukkan keberhasilan Gibran saat memimpin sebagai walikota Solo, keberhasilan tersebut terutama di bidang

pembangunan infrastruktur. Sedangkan gambar dari @dekade\_08 di tikTok berupa keberhasilan Prabowo saat menjabat sebagai menhan, salah satunya yaitu perjanjian pembelian pesawat tempur kepada Amerika Serikat.

Terkait positioning, *buzzer* @heraloebss (twitter) mengatakan bahwa pendekatan terhadap gen Z itu tidak sama seperti pendekatan terhadap aktivis. Gen Z dan milenial sekarang menyukai hal-hal yang menyenangkan. Maka dari itu *buzzer-buzzer* Prabowo-Gibran sering mempublikasikan konten-konten positif di media sosial yang menyenangkan seperti prabowo joget gemoy dan animasi Prabowo- Gibran yang lucu. Hal ini menunjukkan bahwa positonig *buzzer* tersebut memang mengangkat politik yang riang gembira.<sup>42</sup>

Selain menggunakan tiga strategi marketing yaitu segmentasi, targeting, dan positioning. Terdapat juga strategi marketing politik menurut Philip Kotler, yang pertama ada *Push Political Marketing* (kampanye disampaikan secara langsung kepada masyarakat, biasanya sambil membagikan kaos sticker dll), *Pull Political Marketing* (kampanye disampaikan lewat media masa, cetak, maupun media sosial), dan juga *Pass Political marketing* (yaitu kampanye melalui individu atau organisasi yang memiliki pengaruh besar). Disini penulis menganalisa bahwa para *buzzer* Prabowo-Gibran menggunakan strategi *Pull Political Marketing*. Strategi ini menjadi strategi yang banyak dilakukan oleh partai politik atau kandidat. Strategi ini menyampaikan pesan melalui media massa baik elektronik, cetak, luar ruang, mobile, maupun melalui media sosial seperti *Instagram*, *twitter(x)*, *TikTok* dsb. Strategi tersebut terbukti dengan para *buzzer* Prabowo-Gibran yang secara massif melakukan kampanye positif di platform media sosial seperti *TikTok*, *twitter(X)*, dan *Instagram*.<sup>43</sup>

Strateti marketing dengan memposisikan sebagai kampanye yang riang gembira itu memang dibenarkan oleh Jamaludin Malik (politisi Golkar dan relawan 02). Jamaludin Malik membenarkan bahwa kubu Prabowo-Gibran memang mengusung politik riang gembira untuk mendekati masyarakat, terutama gen Z dan milenial.<sup>44</sup> Namun terkaiit konten gemoy Prabowo ini awalnya

---

<sup>42</sup> @heraloebss, Wawancara Langsung oleh Penulis, 14 Januari, 2024, Wawancara 4, Transkip.

<sup>43</sup> Debora Sanuar Lindawati, "Strategi Partai Politik Dalam Menghadapi Pemilu 2014." Lindawati.

<sup>44</sup> Jamaludin Malik, Wawancara Langsung oleh Penulis, 9 Januari, 2024, Wawancara 1, Transkip.

terjadi secara alami muncul dari *netizen* di media sosial, dan hal ini kemudian diadopsi sebagai bagian dari strategi marketing politik para *buzzer* paslon 02. Konten gemoy yang berkeliaran di media sosial ini mampu terproduksi secara massif berkat adanya *Artificial Inteligen (AI)*. Konten tersebut kemudian populer karena sering dipublikasikan oleh *buzzer* secara massif dan konten tersebut terbilang efektif untuk meningkatkan engagement.

Admin @PrataiSocmed yang menjadi *buzzer* Prabowo-Gibran di media sosial *twitter(X)* juga mengatakan bahwa konten Prabowo joget sebenarnya tidak disengaja. Awalnya para simpatisan Prabowo melihat kalau Prabowo suka joget di moment-moment tertentu lalu di viralkan. Dari sini kemudian TKN Prabowo-Gibran menangkap fenomena tersebut sebagai hal yang baik dan menguntungkan. Sehingga konten-konten Prabowo joget disebarkan secara massif dan terus menerus.<sup>45</sup>

Konten gemoy dan joget yang dipublikasikan secara terus-menerus dan sistematis di berbagai macam platform media sosial memang membuat banyak anak muda yang menganggap bahwa politik itu menyenangkan. Dan konten tersebut tentunya secara alami membranding paslon 02 menjadi lebih dekat dengan anak muda. Akan tetapi konten tersebut sayangnya malah membuat visi dan misi dari pasangan calon tersebut malah popularitasnya jauh dibawah joget gemoy, sebab joget gemoy lebih banyak ditampilkan daripada visi mis pasangan calon tersebut.

## **2. Dampak Yang Muncul Dari Aktivitas Buzzer Prabowo – Gibran di Media Sosial Terhadap Pasangan Calon tersebut**

Dalam sebuah kegiatan marketing politik, pasti selalu ada dampak yang muncul. Seperti halnya kegiatan marketing politik yang dilakukan *buzzer* di media sosial, entah itu dalam kampanye positif maupun negatif. Marketing politik yang dilakukan *buzzer-buzzer* Prabowo – Gibran yang secara massif mempublikasikan konten positif seperti joget dan gemoy ini juga tentu memiliki dampak. Dampak dari konten joget dan gemoy yang dipublikasikan oleh *buzzer-buzzer* di media sosial tentunya bermacam macam, baik kepada masyarakat maupun kepada Prabowo-Gibran sendiri.

Dampak dari adanya konten joget dan gemoy terhadap masyarakat tentunya sangat bermacam macam, terutama di kalangan milenial dan gen Z. Choidatul Hasanah (22), salah

---

<sup>45</sup> @PartaiSocmed, Wawancara Langsung oleh Penulis, 12 Januari, 2024, Wawancara 3, Transkrip.

seorang gen Z yang berprofesi sebagai mahasiswi mengatakan bahwa konten joiget dan gemoy tersebut bisa memengaruhi dirinya dalam memilih paslon tersebut ketika pemilu nanti. Hal tersebut sangat menjadi pertimbangan dirinya dalam memilih capres. Sebab menurutnya visi misi bisa saja hanya sebagai patokan dalam bekerja 5 tahun ke depan dan belum tentu visi misi tersebut dapat terealisasi sepenuhnya. Choidatul Hasanah(22) juga mengatakan bahwa anak muda juga perlu melihat bagaimana sikap dan tutur kata dari capres maupun cawapres, serta bagaimana capres dan cawapres menanggapi suatu fenomena yang sedang terjadi selama masa kampanye, namun juga tidak melupakan visi misi mereka.<sup>46</sup>

Sedangkan bagi Ahmad Prayitno (22), konten joget dan gemoy malah membuat dirinya untuk memilih pasangan calon lainnya. Sebab AP menganggap bahwa konten tersebut ada karena untuk menutupi keburukan Prabowo dan menaikkan citra positif terhadap Prabowo. Bagi Ahmad Prayitno (22) konten joget dan gemoy malah membuat visi-misi dari pasangan calon Prabowo-Gibran tidak terpublikasikan dengan baik.<sup>47</sup>

Sementara itu, dari kalangan milenial yaitu Roikhatul Adawiyah (29) berpendapat bahwa konten gemoy dan joget itu bisa mempengaruhi seseorang. Sebab memang konten-konten tersebut terlihat lucu dan menyenangkan. Hal itu tentu mudah untuk memengaruhi seseorang, apalagi terhadap orang-orang yang fomo karena sebuah trend. Dengan banyaknya trend tentang joget dan gemoy di media sosial maka orang-orang yang fomo akan meniru hal tersebut, dan hal ini tentu membuat popularitas pasangan calon Prabowo-Gibran di media sosial selalu naik dan banyak dibicarakan.<sup>48</sup>

Konten joget dan gemoy tersebut memang sangat gampang dikampanyekan terhadap anak-anak muda terutama gen Z. sebab konten tersebut terbilang cukup ringan, rekeh dan lucu serta konten tersebut related dengan kehidupan gen Z. Namun tidak semua hal yang lucu dan rekeh itu bisa disepelakan atau dianggap tidak mempunyai pesan maupun gagasan. Buktinya banyak masyarakat

---

<sup>46</sup> Coidatul Hasanah, Wawancara Langsung oleh Penulis, 15 Januari, 2024, Wawancara 5, Transkip.

<sup>47</sup> Aahmad Prayitno, Wawancara Langsung oleh Penulis, 15 Januari, 2024, Wawancara 10, Transkip.

<sup>48</sup> Roikhatul adawiyah, Wawancara Langsung oleh Penulis, 15 Januari, 2024, Wawancara 16, Transkip.

terutama gen Z dan milenial yang menyukai konten tersebut, dan ini tentunya bisa berdampak positif pada kubu Prabowo-Gibran.

Menurut @PartaiSocmed, salah satu buzzer Prabowo – Gibran di media sosial twitter(X). Dampak dari adanya konten joget dan gemoy terhadap kubu Prabowo-Gibran sangatlah positif. Dampak positif itu terlihat dari adanya hasil elektabilitas Prabowo-Gibran dari lembaga survey Indikator Politik yang paling tinggi dalam beberapa bulan terakhir. Konten joget dan gemoy tersebut tentu saja digemari oleh banyak orang, terutama kalangan muda yang menjadi sasaran target dari konten tersebut. Dengan adanya konten joget dan gemoy itu generasi Z nantinya akan lebih menyukai politik.<sup>49</sup>

Sedangkan RZ salah satu relawan PRIDE (Prabowo-Gibran Digital Team) menuturkan bahwa konten positif yang beredar di media sosial ini membantu terbentuknya citra positif dari pasangan calon Prabowo-Gibran. Citra positif ini bisa berupa popularitas meningkat dikalangan milenial dan gen Z. Selain membuat terbentuknya citra positif, konten joget dan gemoy juga meningkatkan visibilitas pasangan calon. Hal ini secara tidak langsung bisa mempengaruhi naiknya elektabilitas Prabowo-Gibran dari waktu ke waktu.<sup>50</sup>

Dampak positif naiknya elektabilitas Prabowo-Gibran ini karena adanya konten joget dan gemoy ini juga diperkuat oleh pendapat Jamaludin Malik. Jamaludin malik berpendapat bahwa konten joget dan gemoy itu menjadi bahan kampanye kubu paslon 02 di media sosial. Konten joget dan gemoy tersebut juga diterima dengan baik oleh masyarakat. Diterimanya dengan baik konten tersebut itu bisa dilihat dari tingginya elektabilitas Prabowo dan Gibran dibandingkan calon lainnya.<sup>51</sup>

Menurut Toto Izul fatah, seorang Peneliti senior Lingkaran Survei Indonesia (LSI) Denny JA, mengatakan bahwa konten joget dan gemoy dari kubu prabowo-Gibran sangat potensial disukai segmen pemilih muda yang semakin meningkat jumlahnya. Konte

---

<sup>49</sup> @PartaiSocmed, Wawancara Langsung oleh Penulis, 12 Januari, 2024, Wawancara 3, Transkip.

<sup>50</sup> RZ (PRIDE), Wawancara Langsung oleh Penulis, 9 Januari, 2024, Wawancara 2, Transkip.

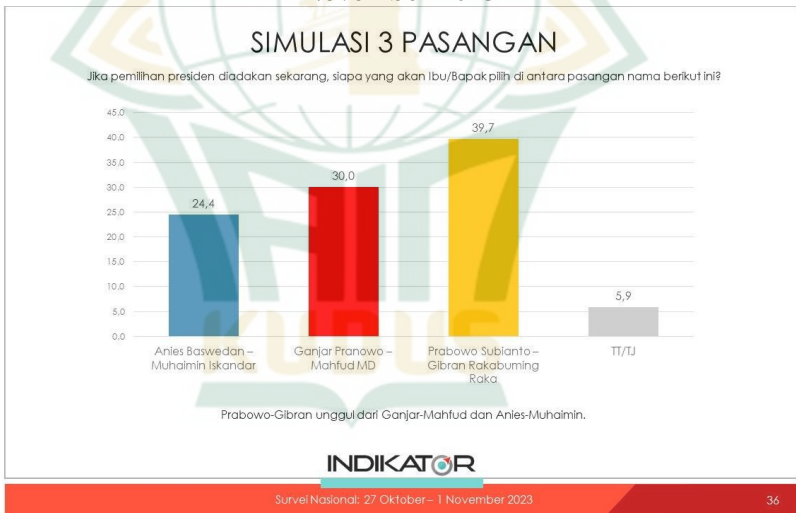
<sup>51</sup> Jamaludin Malik, Wawancara Langsung oleh Penulis, 9 Januari, 2024, Wawancara 1, Transkip.

gemyo tersebut menjadi cara yang cerdas untuk mendongkrak elektabilitas pasangan calon Prabowo –Gibran.<sup>52</sup>

Menurut Hamiruddin, naiknya elektabilitas biasanya disebabkan oleh strategi marketing politik dalam kampanye yang dilakukan oleh politisi dan pendukungnya beserta Partai Politik pengusungnya.<sup>53</sup> Dari hasil wawancara pada penelitian ini, mayoritas mengatakan bahwa konten joget dan gemyo ini berdampak positif terhadap pasangan calon Prabowo-Gibran. Hal ini berarti strategi marketing politik yang dilakukan buzzer Prabowo-Gibran berupa kampanye positif dengan mempublikasikan konten positif terbilang cukup berhasil. Sebab hasil elektabilitas dari beberapa lembaga survey yang mengatakan bahwa elektabilitas Prabowo-Gibran selalu naik dari waktu ke waktu.

Naiknya elektabilitas Prabowo-Gibran bisa dilihat pada gambar dibawah ini:

**Gambar 4.22. Hasil Survei Indikator Politik Pada 12 November 2023**

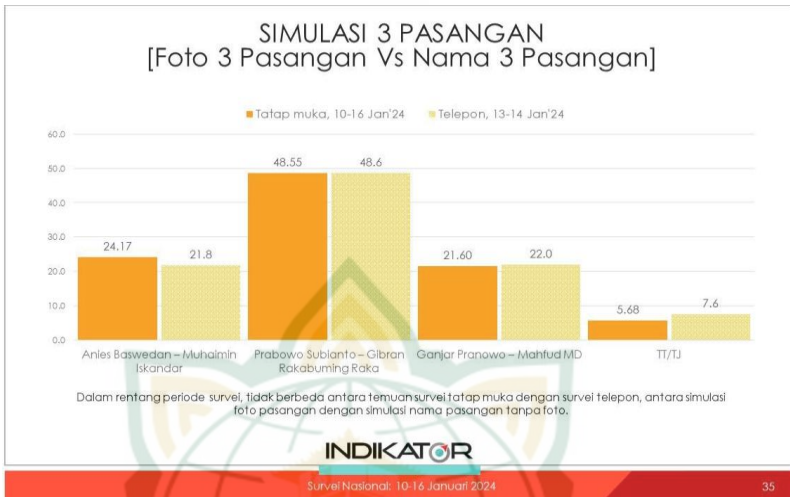


Sumber: website Indikator politik

<sup>52</sup> Asep Mulyana, “Peneliti LSI Sebut Joget Gemyo Dongkrak Elektabilitas Prabowo,” *Liputan 6*, Nopv. 28, 2023. <https://www.liputan6.com/regional/read/5465815/>

<sup>53</sup> Hamiruddin, “Survei Dan Konsultan Politik: Membangun Popularitas Dan Elektabilita Politik.”

**Gambar 4.23. Hasil Survei Indikator Politik Pada 20 Januari 2024**



Sumber: website Indikator politik

Dua gambar diatas yaitu gambar 4.22. dan gambar 4.23. menunjukkan bahwa elektabilitas Prabowo-Gibran ini memang terbukti selalu naik. Dari Hasil Survei Indikator Politik yang keluar pada 12 November menunjukkan elektabilitas Prabowo-Gibran berada di angka 39,7 %. Sedangkan hasil survey Indikator Politik yang keluar pada 20 Januari 2024 elektabilitas Prabowo-Gibran berada di angka 48,55%. Dalam jangka waktu kurang dari 3 bulan, elektabilitas Prabowo-gibran sudah melambung tinggi. Dengan adanya Hasil Survei diatas bisa dikatakan bahwa strategi marketing seperti joget dan gemoy bisa meningkatkan elektabilitas.

Strategi marketing yang dilakukan oleh para *buzzer* Prabowo-Gibran sangatlah menarik. Di dalam sebuah strategi yang menarik tentu terdapat tim marketing yang sangat hebat dalam kubu Prabowo-Gibran. Mulai dari segmentasi pasar atau pengelompokkan pemilih pasar heterogen ke dalam satuan pasar homogen. Dalam segmentasinya, *buzzer-buzzer* Prabowo – Gibran tentu sudah mengelompokkan target pasarnya untuk melakukan ekspansi kampanye di media sosial. Dari beberapa segmen pasar yang paling besar berada pada milenial dan gen Z, sebab memang mereka menjadi mayoritas pemilih dan merekalah yang menjadi pengguna media sosial paling banyak. Kaum muda juga menjadi target utama dari strategi marketing para *buzzer* Prabowo-Gibran. Sebab pada positioningnya *buzzer-buzzer* Prabowo-Gibran

menempatkan pada posisi kampanye positif yang riang gembira terutama di media sosial.

Kampanye positif tersebut berupa memposting konten animasi Prabowo-Gibran gemoy yang dibuat dari AI dan video joget gemoy di berbagai macam platform media sosial seperti *TikTok*, *Instagram* dan *twitter*. Tetapi yang paling banyak berada di *TikTok*, sebab saat ini aplikasi *TikTok* sangat kental dengan anak muda. *TikTok* menjadi platform media sosial yang paling massif digunakan *buzzer* Prabowo-Gibran untuk memposting konten kampanye berupa video joget dan video animasi gemoy dan konten-konten tersebut terlihat sering *fyp*. Dari adanya fenomena itu membuat kubu Prabowo-Gibran mendapat dampak positif, karena tingkat elektabilitas dan kepopuleran Prabowo-Gibran di kalangan anak muda sangatlah tinggi dibanding calon lainnya yang disebabkan oleh konten joget gemoy, hal ini bisa dilihat Hasil Survei dari berbagai macam lembaga survey. Selain elektabilitas kubu Prabowo-Gibran yang tinggi, dampak positif lainnya yang disebabkan oleh joget gemoy itu menjadikan para anak muda lebih menyukai politik, mereka menganggap bahwa politik menjadi suatu hal yang menyenangkan karena politik disampaikan melalui hal yang berbeda dari sebelumnya.

Di tengah kepopuleran dan naiknya elektabilitas Prabowo-Gibran akibat *gemoy effect* di media sosial sangatlah baik bagi kubu mereka, sayangnya edukasi politik seperti memperkenalkan visi misi maupun program kerja dari Prabowo-Gibran malah hanya sedikit yang dipublikasikan oleh *buzzer-buzzer* Prabowo-Gibran, para *buzzer* terlihat lebih sering memposting joget gemoy saja. Sehingga banyak anak muda terutama gen Z yang kurang mengetahui akan visi misi pasangan calon tersebut. Padahal sesuatu yang substansial seperti visi misi dan program kerja sangatlah penting.

Terkait joget gemoy yang secara massif beredar di media sosial, kini para anak muda tampaknya sudah terpesona oleh perubahan apik yang dilakukan Prabowo dan tim marketingnya. Prabowo Subianto yang dulunya mantan komandan pasukan khusus yang terkenal temperamental dan dirundung tuduhan pelanggaran hak asasi manusia dan penghilangan orang saat ini sudah sangat berbeda dimata anak muda terutama gen Z. Prabowo dimata gen Z saat ini menjadi kakek-kakek lucu yang dijadikan meme dan memiliki ciri khas joget gemoy.

Milenial dan gen z seharusnya menjadi pemilih yang ideal, harus memiliki pengetahuan dan nalar yang kritis terhadap sejarah

dan latar belakang para capres-maupun cawapres agar dapat berpartisipasi secara bermakna dalam pemilu 2024. Milenial dan gen z seharusnya menjadi pemilih yang rasional, pemilih yang mampu berjarak dengan perbincangan politik di media sosial. milenial dan gen Z harusnya menjadi pemilih yang rasional, yang harus bisa memiliki kemampuan meneliti, melengkapi serta membanding-bandingkan informasi yang berseliweran di media sosial sebelum menentukan pilihan. Namun sayangnya banyak pemilih muda yang tidak ideal dan rasional, banyak dari mereka yang menentukan pilihan hanya berdasarkan konten kampanye yang menarik seperti joget dan animasi gemoy tanpa meneliti dan menelusuri lebih dalam tentang pasangan calon yang mereka pilih.

