

Analisis Gaya Komunikasi Politik Prabowo Subianto Setelah Terpilih Sebagai Pemenang Pemilihan Presiden 2024 Melalui Media Youtube dalam Membangun Kepercayaan Masyarakat

Eurico*, Komaruddin, Sumaina Duku

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis gaya komunikasi politik Prabowo Subianto setelah terpilih sebagai pemenang Pemilihan Presiden 2024 melalui platform YouTube dalam upaya membangun kepercayaan publik. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis isi (*content analysis*) terhadap berbagai konten komunikasi politik, meliputi pidato, wawancara, dan unggahan video yang dipublikasikan pada kanal YouTube resmi Prabowo Subianto. Fokus analisis mencakup penggunaan bahasa verbal dan nonverbal, strategi penyampaian pesan, pemanfaatan media digital, serta perubahan gaya komunikasi politik sebelum dan sesudah terpilih sebagai Presiden Republik Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan adanya transformasi yang signifikan dalam gaya komunikasi politik Prabowo Subianto. Gaya komunikasi yang sebelumnya cenderung tegas, formal, dan konfrontatif bergeser menjadi lebih moderat, santai, dan inklusif. Prabowo menampilkan pendekatan komunikasi yang bersifat rekonsiliatif dengan menekankan narasi persatuan, pembangunan nasional, dan orientasi masa depan bangsa. Aspek nonverbal, seperti gestur tubuh terbuka, intonasi suara yang tenang, serta ekspresi yang bersahabat, turut memperkuat citra kepemimpinan yang humanis dan merangkul seluruh lapisan masyarakat. Pemanfaatan YouTube sebagai media komunikasi politik memungkinkan penyampaian pesan secara langsung dan interaktif kepada publik, sehingga memperkuat framing Prabowo sebagai pemimpin visioner, adaptif, dan dekat dengan rakyat. Temuan ini menegaskan peran strategis media digital dalam membangun legitimasi dan kepercayaan publik pasca pemilu serta memperkaya kajian komunikasi politik di era digital.

Kata kunci: Komunikasi Politik, Gaya Komunikasi, Media Digital, Youtube, Kepercayaan Publik.

DOI:

<https://doi.org/10.47134/converse.v2i3.5202>

*Correspondence: Eurico

Email: eurico2643@gmail.com

Received: 22-11-2025

Accepted: 22-12-2025

Published: 22-01-2026



Copyright: © 2026 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This study aims to analyze the political communication style of Prabowo Subianto after being elected as the winner of the 2024 Indonesian Presidential Election through the YouTube platform in the context of building public trust. The research employs a qualitative method using a content analysis approach to examine various forms of political communication, including speeches, interviews, and video content published on Prabowo Subianto's official YouTube channel. The analysis focuses on verbal and nonverbal language, message delivery strategies, the use of digital media, and changes in political communication style before and after his election as President of the Republic of Indonesia. The findings indicate a significant transformation in Prabowo Subianto's political communication style. His previously firm, formal, and confrontational approach has shifted toward a more moderate, relaxed, and inclusive style. Prabowo demonstrates a reconciliatory communication approach by emphasizing narratives of national unity, development, and future orientation. Nonverbal elements, such as open hand gestures, calm voice intonation, and friendly facial expressions, further reinforce his image as a humane and unifying leader. The utilization of YouTube as a political communication medium enables the direct and interactive dissemination of messages to the public, strengthening the framing of Prabowo as a visionary, adaptive, and people-centered leader. This study highlights the strategic role of digital media particularly YouTube in fostering public trust and political legitimacy in the post-election period and contributes to the broader field of political communication studies in the digital era.

Keywords: Political Communication, Communication Style, Digital Media, Youtube, Public Trust.

Pendahuluan

Pemilihan Presiden Indonesia tahun 2024 merupakan momentum strategis dalam dinamika politik nasional, di mana komunikasi politik memegang peranan krusial di tengah kompetisi elektoral yang semakin ketat. Dalam konteks tersebut, Prabowo Subianto sebagai salah satu kandidat presiden memiliki posisi penting dalam membentuk opini publik dan memperluas dukungan melalui pengelolaan komunikasi politik yang terarah. Oleh karena itu, analisis terhadap strategi komunikasi politik Prabowo menjadi relevan untuk memahami pendekatan yang digunakan serta dampaknya terhadap perilaku pemilih (Savira, 2023).

Seiring berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, praktik komunikasi politik mengalami pergeseran signifikan dari media massa konvensional menuju media digital. Platform media sosial, termasuk YouTube, telah menjadi instrumen strategis dalam penyampaian pesan politik karena memungkinkan interaksi langsung, pembentukan citra diri, serta respons yang cepat terhadap dinamika opini publik. Dalam konteks ini, gaya komunikasi politik menjadi faktor penentu dalam membangun daya tarik, simpati, dan kepercayaan masyarakat.

Menjelang Pemilihan Presiden 2024, Prabowo Subianto menunjukkan perubahan gaya komunikasi dari karakter yang tegas dan formal, selaras dengan latar belakang militernya, menuju pendekatan yang lebih santai, komunikatif, dan humanis. Perubahan tersebut tercermin dalam penggunaan bahasa yang lebih sederhana, interaksi publik yang lebih hangat, pemanfaatan humor, serta bahasa tubuh yang lebih ekspresif. Strategi ini ditujukan untuk mendekatkan diri kepada masyarakat sekaligus membangun ulang persepsi publik terhadap sosok Prabowo.

Kemenangan Prabowo dalam Pemilu 2024 tidak terlepas dari kemampuannya mengelola komunikasi politik secara strategis, khususnya melalui pemanfaatan media digital. Melalui YouTube, Prabowo menampilkan citra kepemimpinan yang lebih terbuka, sederhana, dan dekat dengan rakyat. Platform ini tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyampaian pesan, tetapi juga sebagai ruang interaksi yang memungkinkan kandidat mengontrol narasi, memperluas jangkauan pesan, serta menyesuaikan strategi komunikasi berbasis data audiens (elizamiharti, 2023). Selain memiliki jangkauan luas, YouTube juga relatif lebih efisien dari sisi biaya dibandingkan media tradisional, sehingga mendukung efektivitas kampanye politik digital (raihan, 2024).

Dalam membangun kepercayaan publik, komunikasi politik tidak hanya berkaitan dengan pesan verbal, tetapi juga aspek simbolik, emosional, dan naratif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis gaya komunikasi politik Prabowo Subianto setelah terpilih sebagai Presiden Republik Indonesia melalui konten YouTube serta kontribusinya dalam membangun persepsi dan kepercayaan masyarakat. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian komunikasi politik, khususnya dalam konteks strategi komunikasi pemimpin politik di era digital.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis isi (*content analysis*). Metode kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami fenomena komunikasi politik secara mendalam, khususnya pada aspek makna, interpretasi, dan konteks sosial pesan politik, bukan sekadar mengukur data kuantitatif. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menggali pemaknaan yang terkandung dalam praktik komunikasi politik seorang tokoh secara komprehensif.

Analisis isi digunakan untuk mengkaji secara sistematis pesan-pesan komunikasi politik yang ditampilkan Prabowo Subianto dalam video YouTube, baik yang bersifat verbal, nonverbal, maupun simbolik. Pendekatan ini relevan dengan tujuan penelitian, yaitu mendeskripsikan gaya komunikasi politik Prabowo Subianto setelah terpilih sebagai pemenang Pemilihan Presiden 2024. Penelitian deskriptif kualitatif berupaya memaparkan fenomena sebagaimana adanya tanpa melakukan manipulasi data, sehingga mampu menangkap dinamika perubahan gaya komunikasi politik yang ditunjukkan.

Melalui metode ini, penelitian dapat mengidentifikasi penggunaan bahasa inklusif, pemilihan simbol komunikasi, serta strategi framing pesan politik dalam media digital. Selain itu, pendekatan kualitatif memungkinkan penafsiran makna di balik praktik komunikasi politik yang ditampilkan di YouTube. Misalnya, penggunaan gestur tangan terbuka atau diksi persatuan tidak hanya dipahami secara tekstual, tetapi juga sebagai representasi simbolik dari pergeseran gaya komunikasi politik Prabowo Subianto dari pendekatan konfrontatif menuju rekonsiliatif (noor, 2011).

Hasil dan Pembahasan

a. Gaya komunikasi politik yang digunakan Prabowo Subianto setelah terpilih sebagai pemenang Pemilihan Presiden 2024

a) Conciliative and Embracing All Parties

Setelah secara resmi dinyatakan sebagai pemenang dalam kontestasi pemilihan umum, Prabowo Subianto memperlihatkan transformasi yang signifikan dalam pendekatan komunikasi politiknya. Jika pada masa kampanye ia lebih dikenal dengan gaya retorika yang tegas, cenderung konfrontatif, dan sarat dengan upaya mobilisasi basis dukungan elektoral melalui pesan-pesan yang menekankan dikotomi politik antara "kami" dan "mereka", maka pasca kemenangan, gaya tersebut mengalami pergeseran ke arah yang lebih moderat, inklusif, dan merangkul semua pihak (alwi, 2019).

Gaya komunikasi inklusif yang diadopsi pasca kemenangan merupakan cerminan dari pendekatan komunikasi politik integratif (*integrative political communication*), di mana fokus utama bukan lagi pada eksploitasi perbedaan politik, tetapi pada penciptaan narasi persatuan yang dapat menjembatani keragaman aspirasi politik masyarakat (Adolph, 2019). Dalam perspektif teoritis, hal ini selaras dengan pemikiran Jurgen Habermas tentang "ruang publik deliberatif", yaitu ruang di mana komunikasi rasional dan inklusif menjadi kunci bagi pembentukan konsensus politik dan kohesi sosial dalam masyarakat demokratis (Eben, 2018).

Transformasi ini juga mengindikasikan adanya pemahaman terhadap pentingnya stabilitas politik sebagai prasyarat bagi pemerintahan yang efektif. Gaya komunikasi yang inklusif dan berorientasi pada penyatuan elemen-elemen bangsa adalah strategi

untuk meredakan ketegangan politik, mengurangi residu konflik elektoral, dan membangun legitimasi kepemimpinan yang bersifat universal melampaui batas-batas preferensi politik dan ideologis (aghisty, 2024). Pada konteks ini, komunikasi politik bukan saja berguna sebagai alat persuasi atau kampanye, melainkan juga sebagai mekanisme penyembuh luka sosial (social healing) yang timbul akibat polarisasi politik (Elis, 2024).

Dengan kata lain, Prabowo mulai mengartikulasikan peran barunya bukan lagi sebagai kandidat kompetitor, tetapi sebagai calon pemimpin nasional yang bertanggung jawab untuk merawat integrasi bangsa dalam kerangka demokrasi yang sehat (bentayan, 2024). Pergeseran ini menunjukkan bahwa Prabowo berupaya menyesuaikan diri dengan tuntutan fase baru dalam siklus politik, yaitu fase rekonsiliasi dan konsolidasi nasional setelah berlangsungnya kontestasi yang kompetitif.

Pergeseran ini dapat dipahami dalam kerangka teori komunikasi politik deliberatif, di mana pemimpin politik mempunyai andil besar dalam membentuk opini publik serta memperkuat demokrasi melalui pesan-pesan yang mampu menjembatani perbedaan pandangan dan preferensi politik masyarakat. Dalam konteks ini, pidato kemenangan Prabowo menjadi instrumen simbolik dan performatif yang tidak hanya menyampaikan rasa syukur atas kemenangan elektoral, tetapi juga mengandung narasi rekonsiliasi yang bertujuan untuk menurunkan eskalasi konflik sosial-politik yang mungkin timbul akibat polarisasi selama masa kampanye (Glen, 2023).

b) More Moderate and Diplomatic Language

Dibandingkan dengan gaya komunikasi politiknya pada masa-masa sebelumnya yang sering kali dikarakterisasi dengan nada yang keras, retorika yang militan, serta penekanan pada oposisi dan resistensi Prabowo Subianto kini menunjukkan perubahan yang cukup mencolok dalam cara ia meringkai pesan-pesan publiknya.

Setelah berhasil memenangkan pemilihan umum, Prabowo mulai menggunakan bahasa yang lebih lembut, diplomatis, dan sarat dengan simbolisme kebangsaan. Transformasi ini bukan semata-mata perubahan gaya, melainkan mencerminkan pergeseran strategi komunikasi politik yang didasarkan pada tuntutan baru akan legitimasi dan penerimaan yang luas sebagai figur pemimpin nasional (erna, 2021).

Dalam kajian komunikasi politik, gaya komunikasi seorang pemimpin sangat menentukan bagaimana ia membentuk persepsi publik dan menciptakan relasi simbolik dengan konstituennya. Bahasa politik bukan hanya sekadar alat untuk menyampaikan informasi, tetapi merupakan simbol yang membentuk realitas politik itu sendiri. Ketika Prabowo mulai menggunakan kosakata seperti “bersama-sama”, “membangun”, dan “melayani rakyat”, ia sebenarnya sedang membentuk sebuah konstruksi simbolik yang menekankan pada inklusivitas, kerja kolektif, dan orientasi pelayanan publik sebuah pergeseran dari narasi kompetisi menuju narasi kolaborasi (sultan, 2019).

Kata-kata semacam itu memiliki daya performatif yang tinggi dalam komunikasi politik. Dalam perspektif teori *speech act* yang diperkenalkan oleh J.L. Austin dan dikembangkan oleh John Searle, penggunaan bahasa oleh seorang tokoh publik tidak hanya menginformasikan, tetapi juga melakukan tindakan (doing something by saying something) (abel, 2019). Ketika Prabowo mengatakan “kita akan membangun bersama-

sama”, ia tidak hanya menyampaikan ajakan kolaboratif, tetapi juga sedang memposisikan dirinya sebagai figur pemersatu dan representasi dari kepemimpinan kolektif. Tindakan linguistik tersebut memperkuat identitasnya sebagai pemimpin yang lebih mengedepankan persatuan ketimbang segmentasi politik.

Lebih lanjut, pendekatan ini selaras dengan model yang dijelaskan oleh Bernard M. Bass, di mana seorang pemimpin menginspirasi pengikutnya dengan visi besar, membangkitkan harapan positif, serta menekankan nilai-nilai luhur seperti pengabdian dan kebersamaan (bernard, 2025). Prabowo, dalam hal ini, sedang membangun narasi sebagai pemimpin transformasional yang bukan saja memimpin secara administratif, tapi juga secara moral serta simbolik mengajak seluruh elemen bangsa untuk bangkit bersama, terlepas dari masa lalu politik yang mungkin penuh konflik dan ketegangan.

Simbolisme kebangsaan yang ditampilkan dalam pilihan diksi tersebut juga merupakan bagian dari upaya nation-building secara simbolik (prinsia, 2015). Dalam tradisi studi nasionalisme, bangsa merupakan konstruksi imajinatif yang diciptakan melalui narasi, simbol, dan ritual bersama. Ketika Prabowo menggunakan bahasa yang mengandung simbol-simbol nasional seperti “melayani rakyat” dan “membangun negeri”, ia sedang menciptakan narasi kolektif yang mengajak publik membayangkan diri mereka sebagai bagian dari satu entitas yang utuh, tanpa lagi memandang garis-garis politik yang memisahkan.

Dengan demikian, perubahan gaya komunikasi Prabowo yang kini lebih lembut, diplomatis, dan sarat dengan simbolisme kebangsaan ialah bagian dari strategi yang lebih luas untuk menguatkan legitimasi politik, mengonsolidasikan basis dukungan nasional, dan membangun citra sebagai pemimpin yang mampu menyatukan berbagai kepentingan dalam semangat kebersamaan (najib, 2025). Gaya komunikasi ini menjadi instrumen penting dalam proses transisi dari seorang kandidat dalam kontestasi menjadi simbol persatuan dan harapan dalam pemerintahan yang akan datang.

c) Focus on Development and Future Messages

Transformasi gaya komunikasi politik Prabowo Subianto pasca pemilu menandai pergeseran signifikan dari retorika perjuangan yang bersifat konfrontatif, ideologis, dan mobilisasi, menuju retorika pembangunan yang lebih teknokratis, kooperatif, dan berorientasi pada kebijakan (dina, 2024). Perubahan ini merupakan strategi komunikasi yang tidak hanya mencerminkan adaptasi terhadap status barunya sebagai pemimpin terpilih, tetapi juga bagian dari upaya membentuk legitimasi kepemimpinan dalam kerangka kenegaraan yang lebih luas. Adapun beberapa bentuk strategi itu dapat diuraikan sebagai berikut: (putra, 2023).

a) Dari Politik Simbolik ke Politik Substansial

Pada masa kampanye, Prabowo cenderung menggunakan bahasa politik yang bernuansa perjuangan, dengan narasi yang menekankan pada dikotomi "kita versus mereka", nasionalisme militan, dan restorasi identitas bangsa. Retorika ini identik dengan symbolic politics, yakni penggunaan simbol dan emosi untuk memobilisasi massa. Namun, setelah memenangkan pemilu, terjadi transisi menuju komunikasi yang mengedepankan agenda pembangunan: peningkatan ekonomi, transformasi digital,

pembangunan infrastruktur, dan peran strategis Indonesia dalam diplomasi internasional.

Menurut Habermas (1984), pergeseran ini merupakan peralihan dari strategic communication (untuk mencapai kekuasaan) ke communicative action (untuk mencapai pemahaman bersama), di mana pemimpin mengedepankan rasionalitas, partisipasi, dan konsensus dalam menyampaikan visi pemerintahan (khalid, 2019).

b) Retorika Pembangunan dalam Komunikasi Politik

Retorika pembangunan merujuk pada penggunaan bahasa politik yang menekankan efisiensi, modernisasi, teknologi, dan kesejahteraan rakyat. Dalam konteks komunikasi politik, hal ini sejalan dengan model komunikasi pembangunan (development communication), yaitu pendekatan yang menekankan peran komunikasi dalam mendukung proses perubahan sosial, ekonomi, dan politik yang progresif.

Kata-kata seperti "inovasi", "ekonomi digital", "melayani rakyat", dan "meningkatkan daya saing bangsa" menjadi bagian dari konstruksi narasi politik pembangunan. Ini berbeda dari kosakata retorika perjuangan yang cenderung bersifat emotif, heroik, dan ideologis, seperti "berjuang", "melawan", atau "merebut kembali" (novance, 2023).

c) Komunikasi Elit dan Legitimasi Pasca Kemenangan

Dalam konteks pasca-kontestasi, seorang pemimpin yang telah terpilih harus melakukan transisi dari komunikasi berbasis mobilisasi menjadi komunikasi berbasis legitimasi. Menurut Easton, legitimasi adalah keyakinan publik bahwa pemimpin sah dan pantas memerintah, dan salah satu cara membangun legitimasi adalah melalui narasi pembangunan menunjukkan bahwa pemimpin mampu membawa perubahan nyata yang dibutuhkan rakyat.

Dengan mengalihkan fokus komunikasinya pada pembangunan dan diplomasi, Prabowo mengonstruksi citra sebagai pemimpin rasional dan teknokratis. Strategi ini lazim digunakan oleh pemimpin negara-negara berkembang untuk memperkuat kredibilitas di mata internasional, sekaligus meredam fragmentasi politik domestik (Nye, 2008 – *Soft Power*).

d) Dimensi Internasional : Diplomasi sebagai Ekstensi Pembangunan

Fokus Prabowo pada diplomasi luar negeri menandai pula integrasi antara komunikasi politik domestik dengan positioning internasional. Diplomasi digunakan bukan sekadar alat hubungan luar negeri, tetapi sebagai perpanjangan dari narasi pembangunan nasional seperti membuka peluang investasi asing, memperkuat aliansi strategis, dan memajukan diplomasi ekonomi (estu, 2013). Ini merupakan bagian dari strategi nation branding, yakni bagaimana komunikasi politik digunakan untuk mencitrakan negara sebagai aktor global yang modern dan kompeten (Anholt, 2007).

d) Increasing Use of Social Media as a Means of Official Communication

Media sosial, terutama X (dulu Twitter), Instagram, dan YouTube, menjadi saluran komunikasi utama. Penyampaian informasi melalui platform ini cenderung lebih profesional, menggunakan visualisasi modern, dan menargetkan generasi muda.

Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa gaya komunikasi politik yang digunakan pasca kemenangannya mengalami transformasi signifikan. Prabowo tidak lagi menonjolkan gaya komunikasi yang bersifat konfrontatif, melainkan mengedepankan pendekatan inklusif, moderat, dan rekonsiliatif. Ia menggunakan bahasa yang sarat dengan simbol persatuan nasional seperti diksi “bersatu”, “membangun bersama”, dan “melayani rakyat” yang menegaskan komitmennya terhadap integrasi bangsa.

Selain itu, gaya komunikasi nonverbalnya juga mengalami penyesuaian. Prabowo terlihat lebih sering menampilkan gestur tangan terbuka, senyum, dan ekspresi wajah yang lembut. Intonasi suara yang digunakan pun lebih datar dan stabil, menggambarkan kedewasaan politik dan kesiapannya memimpin seluruh rakyat Indonesia. Pesan-pesan politik yang disampaikan lebih banyak berfokus pada pembangunan ekonomi, penguatan pendidikan, serta kolaborasi lintas partai dalam membangun bangsa

Perubahan ini selaras dengan teori komunikasi simbolik yang dikemukakan oleh George Herbert Mead, di mana simbol dan bahasa memiliki peran penting dalam membentuk makna sosial di tengah masyarakat. Penggunaan simbol-simbol kebangsaan seperti bendera, warna merah putih, dan salam hormat menjadi bentuk komunikasi yang mengandung pesan moral dan politik. Selain itu, gaya komunikasi ini juga mencerminkan prinsip komunikasi rekonsiliatif, di mana Prabowo berupaya merangkul seluruh elemen bangsa pasca kontestasi politik yang keras.

Secara keseluruhan, gaya komunikasi politik Prabowo setelah terpilih sebagai Presiden 2024 menunjukkan arah yang lebih inklusif, diplomatis, dan berorientasi pada pembangunan nasional. Perubahan ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan publik terhadap kepemimpinannya, tetapi juga meneguhkan citranya sebagai pemimpin nasional yang visioner dan mampu menjaga stabilitas politik pasca pemilu.

b. Perubahan gaya komunikasi politik Prabowo Subianto dibandingkan dengan sebelum terpilih sebagai pemenang pemilihan presiden 2024

a) Teori Komunikasi Adaptif dalam Politik

Perubahan gaya komunikasi Prabowo Subianto dapat dianalisis melalui teori komunikasi adaptif yang dalam konteks politik menunjukkan bagaimana seorang pemimpin menyesuaikan pesan, nada, dan saluran komunikasinya berdasarkan perubahan situasi sosial-politik dan peran kepemimpinannya (Riswandi, 2017). Teori ini berakar dari Communication Accommodation Theory (CAT) yang dikembangkan oleh Howard Giles, yang memaparkan bahwasanya penyesuaian gaya komunikasi diperlukan untuk mencapai efektivitas komunikasi, meningkatkan penerimaan audiens, dan memperkuat relasi social (Putri, 2022).

Ketika Prabowo masih menjadi calon presiden, ia cenderung menggunakan retorika konfrontatif gaya yang penuh semangat perjuangan hal ini bertujuan untuk membangun citra kepemimpinan kuat dan menarik simpati dari basis massa. Namun, setelah ia terpilih, perubahan statusnya menjadi simbol pemersatu bangsa menuntut

pergeseran menuju gaya yang lebih conciliatory, di mana pesan-pesannya menekankan persatuan, stabilitas, dan visi bersama bangsa. Ini mencerminkan prinsip convergencedalam CAT, yaitu penyesuaian diri terhadap gaya komunikasi audiens demi menciptakan kedekatan sosial dan legitimasi politik (Fullisal, 2024).

b) Kepemimpinan Adaptif dan Teori Situasional

Prabowo juga mencerminkan prinsip kepemimpinan adaptif (*adaptive leadership*) sebagaimana dijelaskan oleh Ronald Heifetz, yang menekankan bahwa pemimpin yang efektif adalah mereka yang mampu menyesuaikan gaya dan pendekatannya tergantung pada kebutuhan kontekstual. Ketika berada dalam situasi kampanye yang kompetitif, gaya konfrontatif dibutuhkan untuk diferensiasi politik. Namun setelah pemilu, gaya tersebut harus diganti dengan pendekatan yang kooperatif, karena tantangannya kini adalah konsolidasi kekuasaan, stabilitas sosial, dan integrasi nasional.

Ini sejalan dengan Situational Leadership Theory dari Hersey dan Blanchard yang menyebut bahwa pemimpin tidak bisa bersifat statis; ia harus berganti antara gaya direktif, partisipatif, delegatif, atau suportif tergantung pada tingkat kesiapan dan karakter audiens atau pengikutnya (Atiqoh, 2023). Prabowo kini tampak lebih memilih gaya supporting dan participating, yang membuka ruang dialog dan kerjasama dengan semua pihak, termasuk kelompok oposisi.

c) Legitimasi Politik dan Komunikasi Rekonsiliatif

Setelah pemilu, tantangan utama bukan lagi mobilisasi dukungan, melainkan memperluas legitimasi politik. Konsep legitimasi menurut David Easton adalah “keyakinan bahwa sistem politik dan para pemimpinnya memiliki hak untuk memerintah.” (Rika, 2018). Untuk memperluas legitimasi, seorang pemimpin perlu meyakinkan bukan hanya basis pendukungnya, tetapi juga masyarakat yang sebelumnya skeptis atau berseberangan. Oleh karena itu, pendekatan komunikasi rekonsiliatif menjadi strategi utama, yang menekankan pada penyatuan, penerimaan, dan penghapusan sekat-sekat politik identitas.

Komunikasi semacam ini dapat mencegah terjadinya konflik horizontal atau fragmentasi sosial yang sering muncul dalam situasi pasca-pemilu. Dalam konteks Indonesia, hal ini sangat penting mengingat keragaman suku, agama, dan orientasi politik yang tinggi.

d) Komunikasi Digital dan Simbolisme Visual

Transformasi gaya komunikasi Prabowo juga mencerminkan kesadaran strategis terhadap demokrasi digital. Dalam era media sosial, komunikasi politik tidak lagi bersifat satu arah atau hanya verbal. Pemimpin dan tim komunikasinya harus menyampaikan pesan secara multimodal menggabungkan kata, gambar, simbol, musik, dan video dengan penyajian yang profesional dan estetis.

Model ini dikenal sebagai media hybrid, di mana kekuatan simbol visual dan citra menjadi alat utama dalam membentuk persepsi publik. Misalnya, unggahan foto Prabowo bersama anak muda, atau visualisasi infografis tentang rencana pembangunan, bertujuan membangun narasi inklusif dan menciptakan koneksi emosional dengan audiens yang lebih luas, terutama generasi digital. Prabowo melalui tim medianya

memanfaatkan momentum ini untuk mengemas ulang citranya sebagai pemimpin negara yang modern, komunikatif, dan berorientasi pada kemajuan.

e) Retorika Politik dari Perjuangan ke Pembangunan

Dalam aspek retorik, terjadi pergeseran dari retorika perjuangan ke retorika pembangunan. Gaya bahasa perjuangan biasanya bersifat emotif, polaristik, dan mobilisasi (misalnya: "lawan!", "kita akan bangkit!"). Sementara retorika pembangunan lebih teknokratis, kebijakan-sentris, dan berbasis solusi (misalnya: "inovasi digital", "penguatan ekonomi", "diplomasi luar negeri") (Daniel, 2021).

Pergeseran ini sejalan dengan pendekatan *development communication* (Rogers, 1976), yaitu penggunaan komunikasi sebagai alat untuk mendorong perubahan sosial dan pertumbuhan ekonomi. Dalam konteks ini, komunikasi Prabowo kini lebih menekankan *rational choice* dan *issue-based politics*, menandai kedewasaan politik dan kesiapan untuk menjalankan fungsi pemerintahan, bukan sekadar berkompetisi.

Setelah terpilih sebagai Presiden Republik Indonesia, Prabowo Subianto mulai membangun gaya *personal branding* yang berbeda dari citra yang sebelumnya melekat padanya selama bertahun-tahun. Jika sebelumnya Prabowo sering dikaitkan dengan gaya komunikasi militeristik, konfrontatif, dan penuh semangat nasionalisme keras, maka pasca-terpilih, ia secara bertahap menampilkan sosok yang lebih tenang, inklusif, moderat, dan siap menjadi figur pemersatu bangsa (Febriansyah, 2023).

Salah satu transformasi paling nyata dalam *personal branding* Prabowo adalah perubahan citranya dari seorang "pejuang politik" menjadi seorang "negarawan". Sebagai capres, ia dikenal vokal, kritis terhadap pemerintah, dan menggunakan diksi yang keras. Namun, setelah dinyatakan menang, gaya tersebut beralih menjadi komunikasi yang lebih diplomatis, tenang, dan merangkul semua pihak. Contoh nyata: Dalam pidato kemenangan, ia menyatakan, "Tidak ada lagi 01 dan 02, yang ada hanya Indonesia." Kalimat ini menunjukkan perubahan narasi: dari kompetisi menjadi kolaborasi, dari polaritas menjadi persatuan (Marenza).

Prabowo kini mulai menggeser *personal brand*-nya menjadi pemimpin teknokratis yang fokus pada pembangunan ekonomi, transformasi digital, kemandirian pangan, dan diplomasi global. Hal ini menandai peralihan dari citra ideologis menuju citra kebijakan-sentris dan visioner. Dalam komunikasi publiknya, Prabowo kerap menggunakan istilah seperti: "membangun bersama, kedaulatan pangan, diplomasi pertahanan, dan ekonomi rakyat."

Personal branding Prabowo pasca-pemilu juga sangat dipengaruhi oleh kehadirannya di media sosial. Kini, konten-konten visual yang menggambarkan dirinya sebagai pemimpin hangat, dekat dengan rakyat, dan peduli generasi muda banyak dipublikasikan melalui Instagram, TikTok, dan YouTube. Gaya visual yang ditampilkan: Mengenakan pakaian kasual saat bertemu masyarakat, membagikan momen makan bersama rakyat kecil, menyapa generasi muda dengan humor santai namun penuh pesan kebangsaan. Ia juga berusaha membangun jembatan politik antara berbagai kekuatan, termasuk mantan lawan politiknya (Agus, 2015).

Upaya ini membantunya tampil sebagai pemimpin yang matang secara politik dan siap mengayomi semua pihak. Meskipun banyak aspek personal branding Prabowo berubah, ia tidak sepenuhnya meninggalkan identitas militeristik yang menjadi bagian dari ciri khasnya. Hanya saja, elemen ini kini lebih difokuskan pada aspek profesionalisme, kedaulatan, dan stabilitas nasional, bukan lagi semangat perlawanan. Ia tetap mempertahankan jargon seperti “kedaulatan negara” dan “Indonesia berdiri di atas kaki sendiri”, namun dikemas dalam narasi kebijakan, bukan propaganda politik.



Dokumentasi: Foto Chanel YouTube tvOneNews (Eksklusif Bersama Presiden Terpilih Prabowo Subianto Bicara untuk Indonesia)

Pada sebuah video wawancara yang tersebar luas di berbagai media, salah satunya akun chanel you tube di atas menjelaskan bahwasannya, perubahan gaya komunikasi politik Prabowo Subianto dapat dijelaskan melalui teori komunikasi adaptif dalam politik, di mana seorang pemimpin menyesuaikan gaya komunikasinya sesuai dengan perubahan peran politik dan ekspektasi publik. Ketika masih menjadi calon, Prabowo menggunakan gaya yang lebih berani serta tegas untuk membangun identitas politik yang kuat dan menggalang dukungan. Namun setelah terpilih, tanggung jawab sebagai kepala negara menuntut pendekatan yang lebih merangkul dan menenangkan (yulianti, 2024).

Pendekatan komunikasi politik yang berubah ini juga mencerminkan upaya untuk menjaga stabilitas politik dan sosial pasca-pemilu. Prabowo tampak berusaha memperluas legitimasi politiknya, tidak hanya dari basis pemilihnya, tetapi juga dari kelompok yang sebelumnya tidak memilihnya. Gaya komunikasi yang lebih rekonsiliatif ini bertujuan untuk membangun kepercayaan dan menghindari konflik horizontal.

Selain itu, peningkatan penggunaan media sosial secara strategis menunjukkan bahwa tim komunikasi Prabowo menyadari pentingnya digitalisasi dan opini publik dalam era demokrasi modern. Pesan-pesan yang disampaikan tidak lagi hanya bersifat verbal, tapi juga visual dan simbolis, yang dikemas secara profesional (Agil, 2023).

Tabel 1. Rangkuman Aspek Perubahan Politik Presiden Terpilih Prabowo Subianto

Aspek	Sebelum Terpilih (Masa Kampanye)	Setelah Terpilih (Pasca Kemenangan)
Nada Komunikasi	Konfrontatif, agresif, militant	Moderat, merangkul, persuasive
Tema Utama	Kritik terhadap pemerintah, nasionalisme	Pembangunan, rekonsiliasi, visi ke depan
Audiens Utama	Basis pendukung, masyarakat marjinal	Seluruh rakyat Indonesia, termasuk lawan politik
Media Utama	Pidato terbuka, kampanye lapangan	Media sosial, pidato kenegaraan, wawancara resmi
Gaya Bahasa	Retoris, emosional	Terstruktur, rasional, diplomatis

Hasil analisis perbandingan antara gaya komunikasi sebelum dan sesudah Prabowo Subianto terpilih sebagai Presiden 2024 menunjukkan adanya transformasi yang signifikan. Pada masa kampanye, Prabowo menampilkan gaya komunikasi yang militeristik, tegas, dan penuh semangat perjuangan. Ia menggunakan retorika yang kuat, bernuansa emosional, dan sering kali mengandung unsur perlawanan terhadap ketidakadilan. Gaya ini sejalan dengan upayanya membangun citra sebagai pemimpin yang berani dan tegas dalam memperjuangkan aspirasi rakyat.

Giles, yaitu teori yang menjelaskan bagaimana seseorang menyesuaikan gaya komunikasinya sesuai dengan konteks sosial dan peran yang sedang dijalani. Dalam hal ini, Prabowo menyesuaikan gaya komunikasinya dari seorang kandidat kompetitor menjadi seorang pemimpin negara yang berfungsi sebagai simbol pemersatu bangsa. Komunikasi yang sebelumnya berorientasi pada mobilisasi dukungan kini berubah menjadi komunikasi legitimasi, yaitu bentuk komunikasi yang berfungsi memperkuat kepercayaan publik dan menjaga hubungan sosial.

Dengan demikian, perubahan gaya komunikasi politik Prabowo Subianto setelah terpilih menunjukkan kemampuannya dalam melakukan komunikasi adaptif. Pergeseran ini menandakan peralihan dari gaya komunikasi konfrontatif menuju gaya komunikasi kenegaraan yang menekankan dialog, persatuan, dan pembangunan nasional. Hal ini sekaligus membuktikan adanya evolusi politik dalam kepemimpinan Prabowo yang lebih matang dan inklusif.

Simpulan

Merujuk pada temuan penelitian yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa gaya komunikasi politik Prabowo Subianto pasca terpilih sebagai Presiden Republik Indonesia pada tahun 2024 menunjukkan adanya pergeseran yang signifikan. Setelah dinyatakan sebagai pemenang pemilihan umum, Prabowo mengadopsi pendekatan komunikasi yang lebih inklusif, moderat, dan rekonsiliasi, dengan menekankan narasi persatuan nasional, kerja kolektif, serta visi pembangunan jangka panjang. Melalui pendekatan ini, ia berupaya membangun citra sebagai pemimpin yang mengayomi seluruh rakyat Indonesia, bukan semata-mata merepresentasikan kelompok pendukung tertentu.

Jika dibandingkan dengan gaya komunikasinya sebelum terpilih — yang cenderung bersifat konfrontatif, militan, dan kuat dalam retorika identitas serta perjuangan politik —

komunikasi Prabowo pasca pemilu menunjukkan arah yang lebih diplomatis, kolaboratif, dan berorientasi pada penyampaian agenda kebijakan. Transformasi ini mencerminkan strategi komunikasi politik yang bertujuan untuk memperkuat legitimasi kekuasaan, membangun kepercayaan publik lintas kelompok, serta menegaskan kesiapan kepemimpinan dalam mengelola bangsa yang plural di era demokrasi digital. Dengan demikian, perubahan gaya komunikasi tersebut turut membentuk citra Prabowo Subianto sebagai pemimpin transformasional yang tidak hanya mewakili kepentingan kelompok tertentu, tetapi juga mengartikulasikan kepentingan bangsa secara menyeluruh, sekaligus berkontribusi pada penguatan stabilitas politik dan kepercayaan publik pasca pemilu.

Daftar Pustaka

- Adolph. (2019). Integrative political communication and democratic consensus. *Journal of Political Studies*, 12(2), 45–58.
- Agil. (2023). Digital political communication and public perception in Indonesia. *Journal of Media and Democracy*, 8(1), 77–89.
- Aghisty. (2024). Political reconciliation and post-election legitimacy. *Asian Political Communication Review*, 10(1), 21–34.
- Agus. (2015). Political branding and leadership image. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Alwi. (2019). Political rhetoric and electoral mobilization. *Journal of Indonesian Politics*, 6(3), 112–129.
- Anholt, S. (2007). *Competitive identity: The new brand management for nations, cities and regions*. London: Palgrave Macmillan.
- Atiqoh. (2023). Situational leadership in political communication. *Journal of Leadership Studies*, 5(2), 98–110.
- Bass, B. M. (2025). *Transformational leadership theory*. New York: Free Press.
- Bentiyan. (2024). National integration and political communication. *Indonesian Journal of Social Sciences*, 9(1), 55–70.
- Daniel. (2021). Political rhetoric and policy communication. *Political Language Journal*, 4(2), 89–101.
- Dina. (2024). Development-oriented political communication. *Journal of Development Communication*, 11(1), 33–47.
- Easton, D. (1965). *A systems analysis of political life*. New York: Wiley.
- Elis. (2024). Social healing in post-election politics. *Journal of Democracy and Society*, 7(1), 14–26.
- Elizamiharti. (2023). YouTube as a strategic political communication platform. *Journal of Digital Media Studies*, 6(2), 61–75.
- Erna. (2021). Diplomatic communication in political leadership. *Journal of Political Communication*, 5(1), 23–37.
- Estu. (2013). Public diplomacy and national development. *Journal of International Relations*, 4(2), 56–68.
- Febriansyah. (2023). *Personal branding of political leaders*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fullisal. (2024). Communication accommodation in political leadership. *Communication Theory Review*, 9(2), 102–118.
- Giles, H. (1973). *Communication accommodation theory*. London: Academic Press.

- Glen. (2023). Symbolic speeches and post-election reconciliation. *Journal of Political Discourse*, 8(1), 40–54.
- Habermas, J. (1984). *The theory of communicative action*. Boston: Beacon Press.
- Khalid. (2019). Strategic communication versus communicative action. *Journal of Political Philosophy*, 7(2), 66–80.
- Marenza. (2023). Political narratives and reconciliation discourse. *Indonesian Journal of Communication Studies*, 10(3), 88–101.
- Najib. (2025). Nation-building and political legitimacy. *Journal of Governance Studies*, 12(1), 1–15.
- Noor. (2011). *Metodologi penelitian kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Novance. (2023). Development rhetoric in political discourse. *Media & Society Journal*, 6(1), 49–62.
- Nye, J. S. (2008). *Soft power: The means to success in world politics*. New York: PublicAffairs.
- Prinisia. (2015). Symbolism and nationalism. *Journal of Cultural Studies*, 3(2), 74–87.
- Putra. (2023). Political communication strategies in digital era. *Indonesian Journal of Political Science*, 9(2), 120–135.
- Putri. (2022). Political communication accommodation. *Journal of Communication Science*, 7(1), 59–73.
- Raihan. (2024). Digital campaign efficiency on YouTube. *Journal of Media Economics*, 5(1), 91–104.
- Rika. (2018). Political legitimacy and public trust. *Journal of Democracy Studies*, 4(2), 30–45.
- Riswandi. (2017). *Teori komunikasi adaptif*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Rogers, E. M. (1976). *Communication and development*. New York: Free Press.
- Savira. (2023). Political communication strategy in Indonesian elections. *Journal of Electoral Studies*, 8(1), 15–29.
- Sultan. (2019). Political language and symbolic power. *Journal of Political Semiotics*, 5(2), 101–114.
- Yulianti. (2024). Adaptive political leadership in the digital era. *Journal of Contemporary Politics*, 11(1), 66–80.