



---

*CSIS Commentaries is a platform where policy researchers and analysts can present their timely analysis on various strategic issues of interest, from economics, domestic political to regional affairs. This commentaries serves as a medium for experts to disseminate knowledge and share perspectives in two languages – Bahasa Indonesia and English, enabling a diverse readership to engage with the content. Analyses presented in CSIS Commentaries represent the views of the author(s) and not the institutions they are affiliated with or CSIS Indonesia. Please contact the editorial team for any enquiries at [publication@csis.or.id](mailto:publication@csis.or.id)*

---

**CSIS Commentaries 0102024**

*March 19th, 2024*

## **Strategi Perolehan Suara Lintas Generasi Probowo-Gibran pada Pemilihan Umum 2024**

Florentina Dwiastuti

*Asisten Peneliti Departemen Politik dan Perubahan Sosial, CSIS*

[ra.psc@csis.or.id](mailto:ra.psc@csis.or.id)

Anak Agung Istri Mas Ratnaningrum

*Asisten Peneliti Safer Internet Lab (SAIL), CSIS*

[secretariat@saferinternetlab.org](mailto:secretariat@saferinternetlab.org)

Tanggal 14 Februari 2024 lalu masyarakat Indonesia telah melaksanakan pemilihan umum (pemilu) untuk memilih presiden dan wakil presiden, anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) RI, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD), dan Dewan Perwakilan Daerah (DPD RI). Beberapa lembaga ikut melaksanakan hitung cepat atau *quick count* dan *exit poll* untuk melihat gambaran hasil akhir hitung suara sebelum nanti diumumkan secara resmi oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU).

Menurut Pasal 1 angka 22 pada Peraturan KPU 9/2022, penghitungan cepat atau *quick count* adalah kegiatan penghitungan suara hasil pemilu atau pemilihan secara cepat dengan menggunakan teknologi informasi atau berdasarkan metodologi tertentu. *Quick count* mengambil sampel di tempat pemungutan suara (TPS) untuk melihat hasil penghitungan suara yang sudah bisa diketahui dua sampai tiga jam setelah penghitungan suara di TPS tutup. Artinya, *quick count* mencatat hasil akhir perhitungan suara resmi di TPS sampel. Sedangkan *exit poll* dilakukan dengan mewawancarai responden atau pemilih setelah keluar dari TPS. Melalui *exit poll*, kita bisa melihat demografi dan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi hasil pemilihan.

Pada 14 Februari 2024, CSIS dan Cyrus Network (CSIS-CN) berkerja sama mengadakan hitung cepat dan *exit poll* untuk menunjukkan gambaran hasil Pemilu 2024. *Exit poll* CSIS-CN menunjukkan bahwa pasangan Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka mendominasi pilihan para pemilih pada Pemilu 2024, termasuk di lintas generasi. Tabel 1 menunjukkan hasil *exit poll* yang dilakukan oleh CSIS-CN berdasarkan kategori kelompok usia atau generasi.<sup>1</sup>

Table 1. Hasil *Exit Poll* Pemilu 2024 CSIS-CN Berdasarkan Kategori Usia/Generasi  
Pada Tanggal 14 Februari 2024

Generasi <sup>2</sup>	Basis Sampel	1. Anies - Muhaimin	2. Prabowo - Gibran	3. Ganjar - Mahfud	Rahasia/ Tidak Menjawab	Total
Gen Z (17-27 tahun)	25,24%	18,34%	63,22%	11,70%	6,74%	100,00 %
Millenial (28-43 tahun)	35,78%	23,36%	54,36%	14,55%	7,74%	100,00 %
<i>Boomer</i> (44-59 tahun)	26,80%	24,49%	49,49%	18,58%	7,44%	100,00 %
<i>Baby Boomer</i> (60-78 tahun)	11,61%	22,63%	46,41%	22,84%	8,12%	100,00 %
<i>Pre-Boomer</i> (di atas 78 tahun)	0,58%	18,84%	43,48%	30,43%	7,25%	100,00 %

Sumber: Hasil *Exit Poll* CSIS-CN, 2024

<sup>1</sup> *Exit Poll* CSIS-CN dilakukan secara tatap muka dengan mewawancarai pemilih yang baru selesai memilih di TPS pada 14 Februari 2024. Responden berjumlah 11.990 orang yang tersebar secara proporsional di 2.000 TPS pada 38 provinsi di Indonesia. Responden terdiri dari 50 persen laki-laki dan 50 persen perempuan. *Exit poll* ini menggunakan metode *multi-stage random sampling*, dengan tingkat kepercayaan sebesar 95%, dan toleransi kesalahan (*margin of error*) +/- 1,1 persen.

<sup>2</sup> Kategori tersebut berdasarkan kategori usia dari Badan Pusat Statistik (BPS). Berdasarkan Data Sensus Penduduk 2020, Gen Z adalah mereka yang lahir pada tahun 1997-2012 atau yang saat ini berusia sampai 17-27 tahun; Millenial lahir tahun 1981-1996 atau yang saat ini berusia 28-43 tahun; *Boomer* atau Gen X lahir tahun 1965-1980 atau yang saat ini berusia 44-59 tahun; *Baby Boomer* lahir pada tahun 1946-1964 atau yang saat ini berusia 60-78 tahun; *Pre-Boomer* lahir sebelum 1945 atau yang saat ini berusia di atas 78 tahun.

## Antara Popularitas dan Elektabilitas

Prabowo Subianto memang memiliki popularitas yang tinggi. Prabowo merupakan anak dari Sumitro Djojohadikusumo, seorang ekonom yang menjabat sebagai Menteri Keuangan pada Orde Lama serta Menteri Perdagangan pada Orde Lama dan Orde Baru. Selain itu, ia beberapa kali mencalonkan diri sebagai calon presiden pada pemilu 2004, 2009, 2014, dan 2019. Bahkan, pada Pemilu 2019, Prabowo sudah mengantongi 44 persen suara pemilih.

Sebagai mantan Jenderal Komando Pasukan Khusus (Kopassus), Prabowo terkenal dengan citranya yang nasionalis dan berani-berani. Pada kampanye-kampanye sebelumnya, ia memadukan gaya patriotik yang temperamen dan penuh dengan keyakinan. Akan tetapi, menjelang Pemilu 2024, Prabowo mengubah *image*-nya menjadi lebih tenang dan gemar menari, serta tidak lagi menunjukkan bahasa tubuh yang berani-berani. Laman Instagram-nya juga terlihat estetik dan minimalis, yang cenderung lebih menarik preferensi kelompok anak-anak muda.

Namun, popularitas tinggi belum tentu secara langsung mempengaruhi elektabilitas. Survei Litbang Kompas pada Mei 2023 menunjukkan suara generasi *Boomer* dan *Baby Boomer* di pasangan Prabowo-Gibran masih lebih rendah dibandingkan pasangan Ganjar-Mahfud. Akan tetapi, di tahun yang sama, pasangan Prabowo-Gibran sudah menguasai suara Gen Z dan Millennial (pemilih muda). Dengan komposisi pemilih muda sebanyak 60 persen pada Pemilu 2024, pemilih muda menjadi target utama kampanye para capres-cawapres.<sup>3</sup>

## Strategi Prabowo-Gibran Memenangkan Suara di Lintas Generasi

Memenangkan suara pemilih muda menjadi salah satu prioritas pada Pemilu 2024. Dengan jumlah yang signifikan, pemilih muda memiliki potensi besar untuk mempengaruhi hasil pemilihan. Namun, memenangkan suara generasi lain di berbagai kalangan masyarakat juga tidak kalah penting.

*Pertama*, untuk memenangkan generasi muda (Gen Z dan Milenial), Prabowo-Gibran banyak menunjukkan audio-visual yang unik. Melalui nuansa biru muda, foto Prabowo-Gibran yang digunakan pada baliho telah digenerasikan melalui kecerdasan buatan (*artificial intelligence* atau AI) sehingga menampilkan animasi kartun pasangan calon yang terkesan menggemaskan. Terlebih lagi, kehadiran lagu tema yang digunakan oleh tim pasangan calon nomor urut 2, seperti lagu “Oke Gas Prabowo Gibran Paling Pas” di berbagai platform musik dan media sosial, semakin mendekatkan publik terhadap paslon tersebut. Lagu ini kemudian juga dikembangkan menjadi tarian Joget Gemoy. Dilansir dari media sosial TikTok, lagu “Oke Gas Prabowo Gibran Paling Pas” telah digunakan pada 415.700 video (per 4 Maret 2024) dan dilabeli sebagai *sound* yang populer di kalangan pengguna. Lagu dan Joget Gemoy ini akhirnya tersebar luas dan dikenal di semua generasi dan kalangan masyarakat, termasuk mereka yang masih di bawah 17 tahun. Kampanye melalui animasi dan lagu ini juga dianggap memberikan kesan bahwa politik dapat menjadi hal yang menyenangkan.

Media sosial menjadi salah satu opsi utama para paslon untuk melakukan kampanye mengingat sebagian besar generasi muda banyak menghabiskan waktu di dunia maya. Hal ini dimanfaatkan oleh para paslon dengan melibatkan sejumlah *influencer* dan selebriti, terutama *influencer* yang memiliki pengikut (*followers*) sangat banyak dibandingkan *influencer* atau selebriti lainnya. Pasangan Prabowo-Gibran merekrut *influencer*/selebriti Raffi Ahmad dan Nagita Slavina sebagai bagian dari tim kampanye

---

<sup>3</sup> Departemen Politik dan Perubahan Sosial, CSIS. *Pemilih Muda dan Pemilu 2024: Dinamika dan Preferensi Sosial Politik Pascapandemi*. (Jakarta: Centre for Strategic and International Studies, 2022), 3.

mereka. Apabila diperhatikan, akun Instagram @raffinagita1717 sendiri memiliki 75 juta pengikut, menjadikan mereka sebagai *influencer* dengan pengikut terbanyak di Indonesia. Selain itu, ada pula Ria Ricis di akun Instagram @riaricis1795 dengan lebih dari 35 juta pengikut, pasangan Atta Halilintar dan Aurelie Hermansyah dengan total pengikut Instagram 69 juta, dan Gading Marten di akun @gadiiing dengan lebih dari 24 juta pengikut Instagram. Hal ini tentu akan mempengaruhi pilihan para pemilih, terutama yang menjadi pengikut Instagram mereka.

Pasangan Anies-Muhaimin dan Ganjar-Mahfud pun juga menyertakan *influencer* sebagai bagian dari kampanye mereka. Akan tetapi manakala dibandingkan, Prabowo-Gibran merekrut *influencer* dengan pengikut yang jauh lebih masif daripada pasangan Anies-Muhaimin dan Ganjar-Mahfud. Mengambil contoh, Fadil Jaidi, yang memiliki pengikut 11 juta di kanal Instagram menunjukkan dukungannya untuk pasangan calon Anies-Muhaimin. Sedangkan pasangan Ganjar-Mahfud didukung oleh selebriti Anang Hermansyah dan Ashanty dengan total pengikut Instagram 38 juta.

Pertanyaan yang muncul dalam konteks ini adalah apakah rekrutmen *influencer* memberikan kontribusi signifikan dalam meraih dukungan suara suatu paslon. Satu aspek yang membuat *influencer* memiliki kekuatan yang istimewa adalah kemampuannya untuk menarik suara yang besar di akar rumput (*grassroots*). Keterikatan *influencer* pada audiensnya memungkinkan mereka untuk menyampaikan pesan politik dengan cara yang lebih personal dan meyakinkan. Dengan platform media sosial yang luas, *influencer* mampu menyebarkan ide politik mereka kepada pengikut mereka di akar rumput dengan cepat dan efektif, mempengaruhi pandangan dan keputusan politik di tingkat individu<sup>4</sup>.

Di sisi lain, pengetahuan generasi muda mengenai peristiwa 1998 dan masa sebelum Orde Baru sangat minim. Buku yang berjudul “Generasi Kembali ke Akar” menjelaskan hal ini dikarenakan orientasi Gen Z dan Milenial lebih berfokus pada masa kini dan masa depan, bukan masa lalu. Sejarah panjang dan rekam jejak politik para tokoh tidak lagi jadi perhatian utama bagi kaum muda. Mereka lebih tertarik pada visi kepemimpinan yang inovatif untuk memecahkan persoalan aktual saat ini dan masa datang<sup>5</sup>. Oleh karena itu, rekam jejak kandidat di masa lampau tidak lagi menjadi patokan utama selama ia mampu mengemas visi dan misinya dengan cara yang mudah dicerna dan menarik bagi pemilih muda, seperti program yang bisa mengatasi permasalahan pada isu utama yang menjadi pemilih muda, yaitu isu kesejahteraan masyarakat dan lapangan pekerjaan<sup>6</sup>.

Selanjutnya, generasi *Boomer* dan *Baby Boomer* adalah generasi yang lahir di masa ketika peperangan masih ada dan kondisi negara masih belum stabil. Sehingga, stabilitas menjadi salah satu hal penting bagi generasi ini. Pemerintahan Jokowi dianggap dapat menciptakan stabilitas perekonomian, terutama pada pengendalian harga di saat pandemi dan gejala kelesuan ekonomi global (Litbang Kompas, 2023), serta peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pengurangan angka kemiskinan (CSIS, 2023). Tingkat kepuasan terhadap kinerja pemerintahan Jokowi yang tinggi menjadikan keberlanjutan program Jokowi sebagai faktor penting dalam menentukan pilihan politik mereka.<sup>7</sup> Pasangan Prabowo-Gibran dianggap sebagai calon yang dapat melanjutkan programnya. Bahkan pada visi-misi Prabowo-Gibran,

<sup>4</sup> Anastasia Goodwin, Katie Joseff, Martin J. Riedl, Josephine Lukito, Samuel Woolley, “Political Relational Influencers: The Mobilization of Social Media Influencers in the Political Arena,” *International Journal of Communication*, 17(2023), 1613-1633. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/18987>

<sup>5</sup> Muhammad Faisal, *Generasi Kembali ke Akar: Upaya Generasi Muda Meneruskan Imajinasi Indonesia*, (Jakarta: Kompas Media Nusantara, 2020).

<sup>6</sup> Departemen Politik dan Perubahan Sosial CSIS, *Pemilih Muda dalam Pemilihan Umum 2023: Dinamis, Adaptif dan Responsif*, (Jakarta: Centre for Strategic and International Studies, 2020), 7.

<sup>7</sup> Sampai dengan Desember 2023, tingkat kepuasan publik terhadap kinerja Presiden Jokowi masih cenderung tinggi pada angka 74 persen dengan tingkat kepercayaan publik terhadap presiden sebesar 86,1 persen (CSIS, 2023).

nama Jokowi disebut sebanyak 17 kali. Berdasarkan data *exit poll* CSIS-CN 2024, 52 persen dari pemilih Jokowi-Ma'ruf di Pemilu 2019 memilih pasangan Prabowo-Gibran pada Pemilu 2024 (Tabel 2). Selain itu, keberlanjutan terhadap program Jokowi yang mengedepankan pembangunan berhasil membuat tingkat kepuasan publik terhadap kinerja pemerintahan Jokowi-Ma'ruf masih tinggi, yaitu 74 persen, bahkan di akhir masa jabatannya.<sup>8</sup>

Tabel 2. Tabulasi Silang antara Pilihan Capres-Cawapres pada Pemilu 2019 dengan Pilihan Capres-Cawapres pada Pemilu 2024 Berdasarkan Kategori Kelompok Usia/Generasi

Kategori	2019	2024				Total
		Anies-Muhaimin	Prabowo - Gibran	Ganjar-Mahfud	Rahasia/Tidak Jawab	
<b>Boomer</b> (44-59 tahun)	<b>Pemilih Jokowi-Maruf 2019</b>	10,27%	29,01%	16,50%	2,65%	100,00 %
	Pemilih Prabowo-Sandiaga 2019	11,39%	17,71%	1,06%	0,93%	
	Rahasia/Lupa/Tidak Jawab	2,83	2,77%	1,03%	3,86%	
<b>Baby Boomer</b> (60-78 tahun)	<b>Pemilih Jokowi-Maruf 2019</b>	10,56%	28,16%	20,55%	3,09%	100,00 %
	Pemilih Prabowo-Sandiaga 2019	9,99%	14,15%	0,79%	1,29%	
	Rahasia/Lupa/Tidak Jawab	2,08%	4,09%	1,51%	3,74%	

Sumber: Hasil *Exit Poll* CSIS-CN, 2024

Meskipun Presiden Jokowi pernah menyatakan bahwa dirinya tidak akan berkampanye, namun dalam beberapa kesempatan, Presiden Jokowi menunjukkan dukungannya kepada paslon tertentu. Pada 5 Januari 2024, menjelang debat ketiga, Presiden Jokowi bersama Prabowo terlihat tengah menikmati makan malam bersama. Walaupun staf khusus presiden menyatakan bahwa kedua pihak hanya menikmati makan malam tanpa ada agenda khusus, berbagai pihak menilai presiden memberikan sinyal mengenai arah dukungannya dalam Pemilu 2024. Selain itu, pada baliho yang tersebar di sepanjang jalan sering ditemukan wajah Jokowi yang disandingkan dengan wajah Prabowo atau Gibran. Penafsiran ini tidak bisa dipungkiri dengan kehadiran Gibran sebagai calon wakil presiden Prabowo, yang adalah putra sulung dari Presiden Jokowi. Dukungan presiden kepada Prabowo-Gibran dimaknai

<sup>8</sup> Departemen Politik dan Perubahan Sosial, *Survei Peta Pilpres Terkini Pasca-Debat Calon Presiden*, CSIS. (Jakarta: Centre for Strategic and International Studies, 2023), 16.

sebagai ruang aman bagi pemilih karena seolah-olah terdapat jaminan bagi keberlanjutan pembangunan yang telah dikerjakan Presiden Jokowi selama masa pemerintahannya.

## Penutup

Demografi pemilih dalam Pemilu 2024 yang didominasi oleh Gen Z dan Millennial berperan besar dalam bagaimana para paslon berkampanye. Akan tetapi, tidak dapat dipungkiri bahwa suara dari generasi *Boomer* dan *Baby Boomer* juga menentukan kemenangan para calon mengingat terdapat tiga paslon yang berkontestasi dalam Pemilu 2024. Prabowo-Gibran dengan daya tarik mereka di media sosial berhasil menjangkau Gen Z dan Millennial. Penggunaan lagu tema dan ilustrasi animasi yang mudah untuk diingat juga membuat masyarakat familiar dengan paslon Prabowo-Gibran. Di sisi lain, popularitas Prabowo ditambah dengan dukungan dari Presiden Jokowi meyakinkan pemilih generasi *Boomer* dan *Baby Boomer* untuk memberikan suaranya kepada paslon ini. Prabowo-Gibran mampu memberikan keyakinan kepada publik akan keberlanjutan program yang dicanangkan oleh Presiden Jokowi, yang berperan penting dalam memenangkan dukungan dari generasi *Boomer* dan *Baby Boomer*.

Keberhasilan Prabowo-Gibran dalam menjangkau berbagai generasi menunjukkan bahwa pesan politik dan strategi yang mereka usung memiliki daya tarik yang kuat di berbagai kalangan masyarakat dan rata secara demografi. Pada akhirnya upaya ini dilakukan tentu untuk memenangkan pemilu satu putaran.

**CSIS Indonesia, Pakarti Centre Building, Indonesia 10160**

**Tel: (62-21) 386 5532 | Fax: (62-21) 384 7517 | [csis.or.id](http://csis.or.id)**

**Please contact the editorial team for any enquiries at**

**[publication@csis.or.id](mailto:publication@csis.or.id)**