

REDEFINING PRABOWO'S INFAMY: AN IMPRESSION MANAGEMENT ANALYSIS OF PRABOWO'S PRESIDENTIAL DEBATES

Abigail Grace Hermawan¹, Tri Hayuning Tyas²

^{1,2}Faculty of Psychology Universitas Gadjah Mada

email: ¹abigail.grace@mail.ugm.ac.id, ²t.h.tyas@ugm.ac.id

Abstract. This study examines Prabowo's strategic use of impression management in his opening and closing speeches in presidential debates, showcasing his transformation from an aggressive nationalist in 2014 to a diplomatic leader in 2019 and a unifying statesman in 2024. As a controversial figure, his persistence in running despite defeats in 2014 and 2019 suggests a calculated effort to reshape his public persona. His 2024 victory indicates that impression management played a role in altering voter perceptions, allowing him to rebrand himself as an inclusive and capable leader. Using a descriptive qualitative approach based on Jones and Pittman's (1982) framework, this study analyzes Prabowo's rhetorical shifts, revealing that in 2024, he intensified ingratiation, self-promotion, exemplification, and supplication while reducing intimidation. These adjustments reflect a strategic response to voter expectations and electoral dynamics, indicating that impression management strategies may have contributed to Prabowo's 2024 victory. Future research should examine voter perception and compare multiple candidates to identify broader trends and incorporate interdisciplinary approaches from political science, media studies, and communication to deepen the understanding of political impression management.

Keywords: *Impression Management, Indonesian Politics, Prabowo Subianto, Indonesian Presidential Elections*

Abstrak. Studi ini menganalisis strategi manajemen impresi Prabowo dalam pidato pembuka dan penutup debat presiden, menyoroti transformasinya dari nasionalis agresif (2014) menjadi pemimpin diplomatis (2019) dan negarawan pemersatu (2024). Sebagai tokoh kontroversial, kegigihannya mencalonkan diri meskipun kalah dua kali menunjukkan upaya membentuk kembali citra publiknya. Kemenangannya pada 2024 menunjukkan bahwa manajemen impresi berperan dalam mempengaruhi persepsi pemilih, memungkinkan dirinya untuk membangun citra sebagai pemimpin inklusif dan kompeten. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif berdasarkan kerangka Jones dan Pittman (1982), studi ini menganalisis transformasi Prabowo dimana pada 2024 ia meningkatkan strategi *ingratiation, self-promotion, exemplification*, dan *supplication*, serta mengurangi intimidasi. Penyesuaian ini mencerminkan respons strategis pada ekspektasi pemilih dan dinamika elektoral, menunjukkan bahwa manajemen impresi punya kontribusi pada keberhasilannya. Penelitian selanjutnya perlu mengeksplorasi persepsi pemilih serta membandingkan kandidat lain untuk mengidentifikasi pola yang lebih luas, dengan pendekatan interdisipliner dari ilmu politik, studi media, dan komunikasi guna memperdalam pemahaman tentang manajemen impresi dalam politik.

Kata kunci: *Manajemen Impresi, Politik Indonesia, Prabowo Subianto, Pemilihan Presiden Indonesia*