

**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PRABOWO
SUBIANTO - GIBRAN RAKABUMING RAKA DI MEDIA
SOSIAL DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH
SUARA DI KALANGAN GEN Z PADA KAMPANYE
PILPRES 2024**

SKRIPSI



Oleh

Bimo Putra Bayu 2110413172

**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NEGERI “VETERAN” JAKARTA
2025**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Bimo Putra Bayu

NIM : 2110413172

Program Studi : Ilmu Politik

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 19 Juni 2025

Yang menyatakan,




(Bimo Putra Bayu)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bimo Putra Bayu
NIM : 2110413172
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Politik

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Strategi Komunikasi Politik Prabowo Subianto - Gibran Rakabuming Raka
Di Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Suara Di Kalangan Gen
Z Pada Kampanye Pilpres 2024**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi/Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 9 Juli 2025

Yang menyatakan,



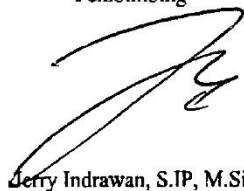
Bimo Putra Bayu

PENGESAHAN SKRIPSI DAN TUGAS AKHIR JURNAL

NAMA : Bimo Putra Bayu
NIM : 2110413172
PROGRAM STUDI : SI – ILMU POLITIK
JUDUL : Strategi Komunikasi Politik Prabowo Subianto – Gibran Rakabuming Raka Di Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Suara Di Kalangan Gen Z Pada Kampanye Pilpres 2024

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



Jerry Indrawan, S.IP, M.Si

Penguji 1



Dr. Nurdin., M.Si

Penguji 2



Restu Rahmawati, S.IP.,MA

Ketua Program Studi
Ilmu Politik



Restu Rahmawati, S.Sos., MA.

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 2 Juli 2025

ABSTRAK

Penelitian ini membahas strategi komunikasi politik yang digunakan oleh pasangan calon presiden dan wakil presiden Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka dalam membangun dan meningkatkan jumlah suara di kalangan Generasi Z selama kampanye Pemilihan Presiden 2024. Masalah yang diangkat berfokus pada bagaimana strategi komunikasi tersebut dirancang dan diterapkan untuk menjangkau pemilih muda yang dikenal sebagai digital natives dan memiliki karakteristik komunikasi yang unik di era media sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pendekatan komunikasi politik digital pasangan Prabowo-Gibran dalam meningkatkan jumlah suara di kalangan Generasi Z. Penelitian ini juga bertujuan memberikan kontribusi akademik terhadap pengembangan teori komunikasi politik dan memberikan wawasan praktis bagi pelaku politik dalam merancang kampanye berbasis digital yang relevan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan narasumber yang relevan dan analisis dokumen digital serta media sosial. Teknik analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Komunikasi Politik yang dilakukan pasangan Prabowo-Gibran di media sosial berhasil meningkatkan elektabilitas pasangan Prabowo-Gibran di segmen pemilih muda, sebagaimana dibuktikan melalui berbagai hasil survei. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan teori komunikasi politik dengan menunjukkan bagaimana strategi digital dapat membangun citra politik dan meningkatkan elektabilitas di kalangan pemilih muda era media sosial.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Politik, Media Sosial, jumlah suara, Generasi Z, Kampanye Pemilu 2024, Prabowo-Gibran.

ABSTRACT

This study examines the political communication strategies employed by presidential and vice-presidential candidates Prabowo Subianto and Gibran Rakabuming Raka in building and increasing their voter base among Generation Z during the 2024 presidential election campaign. The issue addressed focuses on how these communication strategies were designed and implemented to reach young voters, known as digital natives, who possess unique communication characteristics in the era of social media. The objective of this study is to analyze the digital political communication approach of the Prabowo-Gibran pair in increasing the number of votes among Generation Z. This study also aims to contribute academically to the development of political communication theory and provide practical insights for political actors in designing relevant digital-based campaigns. The method used in this study is a qualitative method with a case study approach. Data was collected through in-depth interviews with relevant sources and analysis of digital documents and social media. Data analysis techniques included data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of the study indicate that the political communication strategy implemented by the Prabowo-Gibran pair on social media successfully increased the electability of the Prabowo-Gibran pair among young voters, as evidenced by various survey results. This study contributes to the development of political communication theory by demonstrating how digital strategies can build political image and increase electability among young voters in the social media era.

Keywords: Political Communication Strategy, Social Media, Votes, Generation Z, 2024 Election Campaign, Prabowo-Gibran.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas Rahmat serta karunia-Nya penulis dimudahkan untuk menyelesaikan skripsi ini dan mampu menjalankan studi Ilmu Politik UPNVJ. Penulisan skripsi ini dilakukan guna memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Politik Program Studi Ilmu Politik pada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta dengan skripsi yang berjudul “***Strategi Komunikasi Politik Prabowo Subianto - Gibran Rakabuming Raka Di Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Suara Di Kalangan Gen Z Pada Kampanye Pilpres 2024***”

Penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini. Pihak-pihak yang terkait di antaranya sebagai berikut :

1. Allah SWT dan Rasulullah SAW atas berkah, karunia, dan kasih sayang-Nya yang selalu menyertai penulis setiap saat.
2. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan dukungan dalam menempuh pendidikan.
3. Bapak Jerry Indrawan S.IP M.Si selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan waktu, pikiran, saran-saran terbaik serta motivasi yang sangat berharga kepada penulis selama pembuatan skripsi ini.
4. Bapak Dr.Nurdin M.Si dan Ibu Restu Rahmawati, S.Sos., MA. selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
5. Ibu Restu Rahmawati, S.Sos., MA. selaku Koordinator Program Studi Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
6. Bapak Anthony Leong dan Bapak Franky Paulus Sutan Roring, S.IP, M.Si yang memberikan kontribusi berarti bagi penyelesaian Skripsi ini sebagai narasumber.
7. Kepada seseorang yang sangat spesial, *My favorite person* Farrieliea Ramadhani. Terima kasih telah menjadi bagian dalam proses

perjalanan penulis dari semester 1 sampai menyusun skripsi. Berkontribusi baik tenaga, waktu, menemani, mendukung penulis dalam keputusan , mendengarkan keluh kesah dan meyakinkan penulis untuk pantang menyerah hingga penyusunan skripsi ini terselesaikan.

8. Teman - teman penulis Muhammad Iqbal Nursalim, Eka Krisna Cahya D, Devi Agni R yang menemani perjuangan dan perjalanan penulis di UPNVJ.
9. Teman bermain *PUBG MOBILE* saya mirai atau mireng yang telah menemani penulis ketika menyusun skripsi ini.
10. Serta teman-teman dan pihak-pihak lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, namun tidak mengurangi rasa terima kasih penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.

Semoga penelitian ini dapat bermanfaat untuk perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ilmu politik, dan bisa jadi referensi bagi peneliti selanjutnya.

Jakarta, 19 Mei 2025

Bimo Putra Bayu

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN ORISINALITAS.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	16
1.3. Batasan Masalah	17
1.4. Tujuan Penelitian	17
1.5. Manfaat Penelitian	18
1.5.1. Manfaat Akademik	18
1.5.2. Manfaat Praktis	19
1.6. Sistematika Penelitian	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	21
2.1. Penelitian Terdahulu	21
2.2. Konsep dan Teori Penelitian	26
2.2.1 Kampanye Politik	26
2.2.2 Generasi Z	27
2.2.3 Citra Politik	28
2.2.4 Teori Komunikasi Politik	33
BAB III METODE PENELITIAN	41

3.1. Objek Penelitian	41
3.2. Jenis Penelitian	42
3.3. Teknik Pengumpulan Data	44
3.3.1. Wawancara	45
3.3.2. Dokumentasi	46
3.3.3. Studi Pustaka	48
3.4. Sumber Data	49
3.4.1. Data Primer	50
3.4.2. Data Sekunder	50
3.5. Teknik Analisis data	51
3.5.1 Reduksi Data	51
3.5.2 Penyajian Data	53
3.5.3 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi Data	54
3.6. Jadwal Penelitian	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	58
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	59
4.1.1 Biografi dan Karir Politik Prabowo Subianto	59
4.1.2 Biografi dan Karir Politik Gibran Rakabumi Raka	64
4.2. Strategi Komunikasi Politik Prabowo-Gibran di Media Sosial	68
4.2.1. Struktur Pola Komunikasi Prabowo-Gibran di Media Sosial dalam Kampanye 2024	68
4.3. Unsur-Unsur Komunikasi Politik pada Strategi Politik Prabowo-Gibran dalam Kampanye 2024 Berdasarkan Teori Komunikasi Cangara	85
4.3.1 Komunikator Politik	85
4.3.2 Pesan Politik: Gaya, Narasi, dan Program Kunci	86
4.3.3 Media Politik: Pemanfaatan Media Sosial dan Konvensional	88
4.3.4 Sasaran Politik: Segmentasi dan Karakteristik Generasi Z	90
4.4. Strategi Komunikasi Prabowo-Gibran dalam Pembentukan Citra Politik di Kalangan Gen Z	91
BAB V PENUTUPAN	97
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Daftar Narasumber Wawancara.....	42
Tabel 2 Jadwal Penelitian.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Jumlah Data Pengguna Media Sosial Indonesia Tahun 2024.....	7
Gambar 2 Foto AI Pasangan Prabowo – Gibran.....	8
Gambar 3 Presentase Daftar Pemilih Tetap Pemilu 2024 Berdasarkan Generasi dan Umur.....	10
Gambar 4 Hasil Survei Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden 2024 – 2029..	11
Gambar 5 Hasil Survei Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden 2024 – 2029..	12
Gambar 6 Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 7 Prabowo Subianto dan Kedua Saudara.....	53
Gambar 8 Prabowo Sebagai Anggota KOPASUS.....	54
Gambar 9 Pidato Prabowo.....	55
Gambar 10 Prabowo Menjabat Sebagai Menteri Pertahanan 2019-2024.....	56
Gambar 11 Gibran Rakabuming Raka sebagai Wakil Presiden.....	57
Gambar 12 Gibran Mencalonkan Diri Sebagai Walikota Solo.....	59
Gambar 13 Pertemuan Prabowo dan Gibran.....	60
Gambar 14 Narasi Program Kerja Prabowo-Gibran.....	62
Gambar 15 Penggunaan AI Pasangan Prabowo Gibran.....	63
Gambar 16 Prabowo Berjoget Pada Kampanye.....	65
Gambar 17 Lagu Oke Gas Prabowo Gibran Paling Pas.....	66
Gambar 18 Artis dan Influencer Pendukung Prabowo Gibran.....	68
Gambar 19 Narasi Pidato Prabowo Mengenai Generasi Muda.....	72
Gambar 20 Hasil Exit Poll LSI.....	80
Gambar 21 Hasil Exit Poll Litbang Kompas.....	81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara