



Judul Tugas Akhir Skripsi :

**STRATEGI KAMPANYE DIGITAL PRABOWO-GIBRAN DI TIKTOK  
DENGAN PENGGUNAAN KONTEN VIDEO DAN TREN VIRAL DALAM  
MEMENANGKAN PEMILU 2024**

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar  
Sarjana Ilmu Politik

Nama : Amanda Anastassia Putri

NIM : 2110413080



**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL  
VETERAN JAKARTA**

**STRATEGI KAMPANYE DIGITAL PRABOWO-GIBRAN DI TIKTOK  
DENGAN PENGGUNAAN KONTEN VIDEO DAN TREN VIRAL DALAM  
MEMENANGKAN PEMILU 2024**



**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada  
Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

**Disusun Oleh:**  
**AMANDA ANASTASSIA PUTRI**  
**(2110413080)**

**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN  
ILMU POLITIK UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL  
“VETERAN” JAKARTA TAHUN 202**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

### PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Amanda Anastassia Putri  
NIM : 2110413080  
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, 15 Desember 2025

Yang menyatakan,



Amanda Anastassia Putri

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

### 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 : Amanda Anastassia Putri  
NIM : 2110413080  
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 KAMPANYE DIGITAL PRABOWO-GIBRAN DI TIKTOK  
DENGAN PENGGUNAAN KONTEN VIDEO DAN TREN VIRAL DALAM  
MEMENANGKAN PEMILU 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 : 05 Februari 2026

Yang menyatakan,



Amanda Anastassia Putri



Scanned with CamScanner

## PENGESAHAN SKRIPSI

### PENGESAHAN SKRIPSI DAN TUGAS AKHIR JURNAL

NAMA : Amanda Anastassia Putri  
NIM : 2110413080  
PROGRAM STUDI : Ilmu Politik  
JUDUL : Strategi Kampanye Digital Prabowo-Gibran Di TikTok  
Dengan Penggunaan Konten Video dan Tren Viral Dalam  
Memenangkan Pemilu 2024

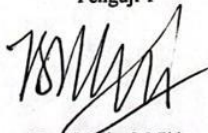
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



(Lia Wulandari, S.Sos, M.PP)

Penguji 1



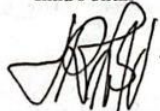
(Dr. Nurdin, M.Si.)

Penguji 2



(Anwar Ilmar, S.Sos., M.IP.)

Ketua Program Studi  
Ilmu Politik



Restu Rahmawati, S.Sos., MA.

Ditetapkan di : Jakarta, 29 Januari 2026  
Tanggal Ujian : 07 Januari 2026

# **STRATEGI KAMPANYE DIGITAL PRABOWO-GIBRAN DI TIKTOK DENGAN PENGGUNAAN KONTEN VIDEO DAN TREN VIRAL DALAM MEMENANGKAN PEMILU 2024**

**Amanda Anastassia Putri**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini menganalisis strategi kampanye digital Prabowo–Gibran di platform TikTok pada Pemilu Presiden Indonesia 2024 dengan menggunakan teori politainment Laura Cervi. Perkembangan media sosial, khususnya TikTok, mendorong perubahan pola komunikasi politik dari yang bersifat formal menuju format yang lebih menghibur dan populer. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi konten pada akun resmi TikTok Prabowo Subianto, Gibran Rakabuming, Partai Gerindra, akun relawan dan tim sukses, serta wawancara dengan informan terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye Prabowo–Gibran memanfaatkan unsur politainment melalui penggunaan humor, musik populer, tren viral, dan visual menarik untuk meningkatkan engagement serta menjangkau pemilih muda. Strategi ini berkontribusi pada transformasi citra politik yang lebih humanis dan mudah diingat. Namun, politainment juga menghadirkan tantangan berupa penyederhanaan isu politik dan potensi disinformasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa politainment merupakan strategi kampanye digital yang efektif, namun perlu diimbangi dengan substansi politik.

Kata kunci: Kampanye digital, TikTok, Politainment, Pemilu 2024

**PRABOWO-GIBRAN'S DIGITAL CAMPAIGN STRATEGY ON TIKTOK  
USING VIDEO CONTENT AND VIRAL TRENDS TO WIN THE 2024  
ELECTION**

**Amanda Anastassia Putri**

**ABSTRACT**

*This study analyzes the digital campaign strategy of Prabowo–Gibran on TikTok during the 2024 Indonesian Presidential Election using Laura Cervi’s politainment theory. The rise of social media, particularly TikTok, has transformed political communication from formal approaches to more entertaining and popular formats. This research employs a descriptive qualitative method, collecting data through content observation of official TikTok accounts of Prabowo Subianto, Gibran Rakabuming, the Gerindra Party, volunteer and campaign team accounts, as well as interviews with relevant informants. The findings show that the Prabowo–Gibran campaign applies politainment by incorporating humor, popular music, viral trends, and engaging visuals to increase engagement and attract young voters. This strategy contributes to a more humanized and memorable political image. However, politainment also presents challenges, such as oversimplification of political issues and potential misinformation. The study concludes that politainment is an effective digital campaign strategy, provided it is balanced with political substance.*

**Keywords:** *Digital campaign, TikTok, Politainment, 2024 Election*

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan Syukur penulis panjatkan atas hadirat Allah SWT atas limpahan Rahmat, karunia, serta petunjuk-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ***“Strategi Kampanye Digital Prabowo-Gibran di TikTok dengan Penggunaan Konten Video dan Tren Viral dalam Memenangkan Pemilu 2024”*** dengan lancar hingga akhir. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Politik pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Dalam proses penyusunannya, penulis menghadapi berbagai tantangan dan hambatan. Namun, berkat doa, dukungan, serta bantuan dari banyak pihak, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan, semangat, dan kasih selama proses penelitian ini berlangsung :

1. Allah SWT, atas segala limpahan rahmat, karunia, dan kemudahan yang diberikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung.
2. Keluarga tercinta, terutama mama Nengsih, papa Teuku Zachlul Jacob, serta abang Teuku Reyhanniza, yang selalu memberikan doa, kasih sayang, perhatian, dan dukungan tanpa henti, baik secara moral maupun materi. Segala semangat dan pengorbanan yang diberikan menjadi sumber kekuatan bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
3. Ibu Lia Wulandari, S.Sos., M.PP, selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar dan penuh perhatian memberikan arahan, bimbingan, serta masukan berharga sejak awal hingga akhir proses penulisan skripsi.
4. Bapak Dr. Nurdin, M.Si. dan Bapak Anwar Ilmar, S.Sos., M.IP., selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang membangun sehingga penelitian ini menjadi lebih baik dan komprehensif.

5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Politik UPN Veteran Jakarta, yang telah membekali penulis dengan ilmu, wawasan, serta pengalaman berharga selama masa perkuliahan.
6. Kak Ruth Tarullyna Simanjuntak, Bapak Ibnu Dwi Cahyo, dan Prof. Nyarwi Ahmad, Ph.D, selaku narasumber yang telah meluangkan waktu untuk memberikan informasi, pandangan, serta data yang sangat berharga bagi kelancaran proses penelitian ini.
7. Talitha Vanya Humaira, terima kasih telah menjadi *support system* terbaik yang selalu menemani, memberi semangat, tawa, dan dorongan di setiap proses jatuh bangun penulis menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabat terdekat, Nazla Syifa dan Nazahra Hellwa, yang selalu menemani, mendukung, dan menjadi tempat berbagi cerita di setiap proses penulisan skripsi. Terima kasih atas kebersamaan dan dukungan yang sangat berarti.
9. Rekan-rekan seperjuangan di Program Studi Ilmu Politik: Fareliea, Devi, Vici, Emalia, Ghazi dan Clarissa yang telah menjadi teman diskusi, berbagi pengalaman, serta memberikan dukungan selama menempuh perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir ini.
10. Teman-teman ‘pusing skripsi’ dalam proses penyusunan skripsi, yaitu Alhani, Alma, Sasya, Fedra, Aqila, Nurul, Kania, dan Shefira, atas kebersamaan, semangat, dan dukungan moral yang selalu menguatkan dalam menghadapi berbagai tantangan penelitian ini.

## DAFTAR ISI

|                                                |     |
|------------------------------------------------|-----|
| PERNYATAAN ORISINALITAS .....                  | iii |
| PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI ..... | iv  |
| PENGESAHAN SKRIPSI .....                       | v   |
| ABSTRAK.....                                   | vi  |
| <i>ABSTRACT</i> .....                          | vii |
| DAFTAR ISI.....                                | x   |
| DAFTAR GAMBAR .....                            | xii |
| BAB I.....                                     | 1   |
| PENDAHULUAN .....                              | 1   |
| 1.1 Latar Belakang.....                        | 1   |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                      | 9   |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                    | 9   |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                   | 10  |
| 1.5 Sistematika Penulisan .....                | 11  |
| BAB II.....                                    | 12  |
| TINJAUAN PUSTAKA .....                         | 12  |
| 2.1 Literatur Review .....                     | 12  |
| 2.2 Konsep dan Teori Penelitian.....           | 17  |
| 2.2.1 Pemilihan Umum (Pemilu) .....            | 17  |
| 2.2.2 Media Sosial .....                       | 19  |
| 2.2.3 Teori Politainment Laura Cervi .....     | 21  |
| 2.2.4 Kampanye Digital .....                   | 25  |
| 2.3 Kerangka Pemikiran.....                    | 31  |
| BAB III .....                                  | 32  |
| METODE PENELITIAN.....                         | 32  |
| 3.1 Objek Penelitian.....                      | 32  |
| 3.2 Jenis Penelitian.....                      | 33  |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data.....               | 33  |
| 3.4 Sumber Data.....                           | 35  |
| 3.5 Teknik Analisis Data.....                  | 37  |
| 3.6 Tabel Rencana Waktu .....                  | 40  |
| BAB IV .....                                   | 41  |

|                            |    |
|----------------------------|----|
| PEMBAHASAN .....           | 41 |
| BAB V .....                | 80 |
| PENUTUP .....              | 80 |
| 5.1 Kesimpulan .....       | 80 |
| 5.2 Saran .....            | 82 |
| 5.2.1 Saran Praktis .....  | 82 |
| 5.2.2 Saran Akademis ..... | 83 |
| DAFTAR PUSTAKA .....       | 85 |
| Buku : .....               | 85 |
| Jurnal : .....             | 85 |
| Sumber Website : .....     | 87 |
| LAMPIRAN.....              | 88 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Data Negara dengan Jumlah Pengguna Aktif TikTok Terbesar ..... | 4  |
| Gambar 1.2 Gambar TikTok Gibran Rakabuming dan Prabowoidn .....           | 7  |
| Gambar 1.3 Gambar Popularitas interaksi Prabowo-Gibran di TikTok .....    | 7  |
| Gambar 1.4 Gambar Data suara Pemilu 2024.....                             | 41 |
| Gambar 1.5 Gambar Penggunaan AI Pasangan Prabowo Gibran.....              | 46 |
| Gambar 1.6 Kepopuleran Lagu Oke Gas .....                                 | 49 |
| Gambar 1.7 Artis dan Influencer Pendukung Prabowo Gibran .....            | 51 |