



**POLITICAL BRANDING TAGAR #2019GANTIPRESIDEN DALAM  
MENINGKATKAN ELEKTABILITAS PARTAI KEADILAN SEJAHTERA  
DI RANAH MEDIA SOSIAL**

**TESIS**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan  
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi**

**Oleh:  
Ridwan Rahmadi  
55218110072**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2020**

## ABSTRACT

The hashtag #2019GantiPresiden was initiated by Dr. Mardani Ali Sera, a politician from the Partai Keadilan Sejahtera (PKS) has become a trending topic on social media, the use of hashtags has increasingly colored political dynamics in the country's public sphere. The research aims to obtain an overview of the political branding of the #2019GantiPresiden hashtag in increasing the electability of the Partai Keadilan Sejahtera in the realm of social media. This research uses a constructivist paradigm, a qualitative approach and a case study method. The results showed that the Partai Keadilan Sejahtera was able to make good use of social media as a campaign tool and was able to present its best politician to become national figures. One of them was Dr. Mardani Ali Sera who initiated the hashtag #2019GantiPresiden. The hashtag #2019GantiPresiden became a trending topic, the surface was present ahead of the 2019 Presidential election which presented only two candidates for the Presidential and Vice-Presidential candidate pairs. The public's desire for a replacement of the President is accommodated through the hashtag #2019GantiPresiden. The hashtag #2019GantiPresiden is affiliated with one of the Presidential Candidates and Vice-Presidential Candidates carried by the Partai Keadilan Sejahtera. The hashtag #2019GantiPresiden benefits the Partai Keadilan Sejahtera because it is a politician of the Partai Keadilan Sejahtera who initiated it. Political Branding Tagar #2019GantiPresiden contributes to increasing the electability of the Partai Keadilan Sejahtera in the realm of social media so that it has implications for the vote acquisition of the Partai Keadilan Sejahtera in the 2019 legislative elections.

Keywords: Political Branding, Tagar, 2019 Change President, Prosperous Justice Party, Social Media

## ABSTRAK

Tanda pagar #2019GantiPresiden di inisiasi Oleh Dr. Mardani Ali Sera, politikus Partai Keadilan Sejahtera (PKS) menjadi trending topik di media sosial penggunaan tagar semakin mewarnai dinamika politik di ruang publik Tanah Air. Penelitian bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang *political branding* tagar #2019GantiPresiden dalam meningkatkan elektabilitas Partai Keadilan Sejahtera di ranah media sosial. Penelitian menggunakan paradigma konstruktivis, pendekatan kualitatif dan metode studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Partai Keadilan Sejahtera mampu memanfaatkan media sosial sebagai sarana kampanye dengan baik dan mampu menghadirkan kader-kader terbaiknya menjadi tokoh nasional salah satu diantaranya adalah Dr. Mardani Ali Sera yang menginisiasi tagar #2019GantiPresiden. Tagar #2019GantiPresiden menjadi trending topik, hadir kepermukaan jelang perhelatan pemilu Presiden 2019 yang menghadirkan hanya dua kandidat pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden. Keinginan masyarakat akan pergantian Presiden terakomodir melalui tagar #2019gantiPresiden. Tagar #2019GantiPresiden berafiliasi dengan salah satu kandidat Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden yang di usung oleh Partai Keadilan Sejahtera. Tagar #2019GantiPresiden menguntungkan Partai Keadilan Sejahtera karena yang menginisiasinya adalah kader Partai Keadilan Sejahtera. Political Branding Tagar #2019GantiPresiden berkontribusi menaikkan elektabilitas Partai Keadilan Sejahtera di ranah media sosial sehingga berimplikasi pada perolehan suara Partai Keadilan Sejahtera pada pemilu legislatif tahun 2019.

**Kata Kunci:** Political Branding, Tagar, 2019 Ganti Presiden, Partai Keadilan Sejahtera, Media Sosial



**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS**

Nama : Ridwan Rahmadi  
NIM : 5521811072  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Komunikasi Politik  
Judul : Political Branding Tagar #2019GantiPresiden Dalam Meningkatkan  
Elektabilitas Partai Keadilan Sejahtera di Ranah Media Sosial

Jakarta, 14 September 2020

Pembimbing,

Dr. Heri Budianto, S.Sos., M.Si

## LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

Nama : Ridwan Rahmadi  
NIM : 5521811072  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Komunikasi Politik  
Judul : Political Branding Tagar #2019GantiPresiden Dalam Meningkatkan  
Elektabilitas Partai Keadilan Sejahtera di Ranah Media Sosial

Jakarta, 14 September 2020

Mengetahui,

Ketua Sidang

Dr. Suraya, M. Si



Penguji Ahli

Dr. A. Rahman H.I., M. Si



Pembimbing,

Dr. Heri Budianto, S.Sos., M.Si



**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS**

Nama : Ridwan Rahmadi  
NIM : 5521811072  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Komunikasi Politik  
Judul : Political Branding Tagar #2019GantiPresiden Dalam Meningkatkan  
Elektabilitas Partai Keadilan Sejahtera di Ranah Media Sosial

Jakarta, 14 September 2020

Mengetahui,

Ketua Sidang

Dr. Suraya, M. Si

Penguji Ahli

Dr. A. Rahman H.I., M. Si

Pembimbing,

Dr. Heri Budianto, S.Sos., M.Si

## LEMBAR PENGESAHAN TESIS

**Judul** : Political Branding Tagar #2019GantiPresiden Dalam Meningkatkan Elektabilitas Partai Keadilan Sejahtera di Ranah Media Sosial

**Nama** : Ridwan Rahmadi

**NIM** : 55218110072

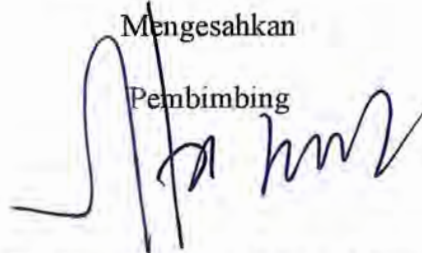
**Program** : Magister Ilmu Komunikasi

**Tanggal** : 14 September 2020

Jakarta, September 2020

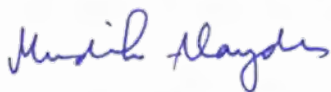
Mengesahkan

Pembimbing



(Dr. Heri Budianto, S.Sos., M.Si)

Direktur Program Pascasarjana



(Prof. Dr. Ing. Mudrik Alaydrus)

Ketua Program Studi  
Magister Ilmu Komunikasi



(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan dengan sebenar benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Political Branding Tagar #2019GantiPresiden Dalam Meningkatkan  
Elektabilitas Partai Keadilan Sejahtera di Ranah Media Sosial  
Nama : Ridwan Rahmadi  
NIM : 5521811072  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Tanggal : 2 September 2020

Merupakan hasil penelitian dan hasil karya saya sendiri di bawah bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan melalui Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, metode, dan hasil penelitian telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 14 September 2020



Ridwan Rahmadi

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadirat Illahi Rabbi atas segala nikmat yang diberikan olehNya kepada kita semua utamanya kepada penulis. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul **POLITICAL BRANDING TAGAR #2019GANTIPRESIDEN DALAM MENINGKATKAN ELEKTABILITAS PARTAI KEADILAN SEJAHTERA DI RANAH MEDIA SOSIAL**, dan tidak lupa penulis haturkan sholawat serta salam kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, keluarga, sahabat serta para pengikutnya hingga hari akhir.

Penyelesaian penulisan tesis ini diwarnai oleh mewabahnya Covid19 di Indonesia bahkan dunia pada umumnya sehingga kemudian kampus mesti mematuhi protokol kesehatan yang mengharuskan adanya physical distancing atau social distancing dan juga harus mengikuti penerapan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang menyebabkan para mahasiswa dan dosen tidak bisa melakukan kuliah seperti biasanya, pun demikian dengan penulis dan dosen pembimbing melakukan konsultasi melalui jalur virtual. Namun demikian hal ini menjadi penghalang, alhamdulillah penulisan tesis bisa terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari tesis ini masih jauh dari sempurna dan dalam penyelesaiannya tidak lepas dari bimbingan, arahan dan bantuan dari berbagai pihak, dalam kesempatan ini perkenankan penulis untuk mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang tinggi kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Heri Budianto, S.Sos., M.Si selaku Pembimbing Utama yang dengan sabar, penuh perhatian dan rasa kekeluargaan telah membimbing dan memberi semangat serta pengarahan kepada penulis.
2. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi
3. Bapak/Ibu dosen Program Magister Ilmu Komunikasi, Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis, serta seluruh staf dosen dan karyawan di lingkungan Universitas mercu Buana Jakarta.
4. Bapak Prof. Dr. -Ing. Mudrik Alaydrus selaku Direktur Pasca Sarjana Mercu Buana Jakarta
5. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, M.M selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta.



6. Kedua Orangtua penulis dan adik adik penulis yang terus menerus memberikan dorongan dan do'a selama penulis mengikuti pendidikan di Universitas Mercu Buana Jakarta.
7. Siswati istri tercinta dan kedua anak (Khonsa Tsabita dan Kholid Khoiry) penulis yang senantiasa mendukung segala aktivitas penulis baik selama menuntut ilmu di kampus Mercu Buana maupun aktivitas lainnya
8. Pengurus Dewan Pimpinan Pusat Partai Keadilan Sejahtera yang telah berkenan memberikan izin untuk penulis lakukan penelitian
9. Ustadz Dr. Mardani Ali Sera selaku pencetus tagar #2019GantiPresiden yang juga sangat mendorong penulis melanjutkan studi strata dua ini di Mercu Buana terima kasih atas dukungan moril dan materialnya
10. Teman teman tim A422 DPR RI yang sangat merelakan penulis jarang hadir di kantor tersebut penyelesaian penulisan tesis
11. Para nara sumber yang telah berkenan di repoti waktunya oleh penulis untuk dimintai wawancara
12. Seorang sahabat yang menjadikan penulis seperti kakaknya sendiri, yang terus semangat mengejar mimpi.
13. Semua pihak yang telah membantu selesainya penelitian ini baik dalam persiapan, pelaksanaan maupun pengolahan data yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam kesempatan ini.

Penulis dengan segala keterbatasan, kerendahan hati dan tangan terbuka, mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk penyempurnaan tesis ini.

Jakarta, September 2020



Ridwan Rahmadi

## PERNYATAAN *SIMILARITY* *CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis

oleh Nama : Ridwan Rahmadi  
NIM : 55218110072  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

dengan judul

“Political Branding Tagar #2019GantiPresiden Dalam Meningkatkan Elektabilitas Partai Keadilan Sejahtera di Ranah Media Sosial” JUDUL KARYA ILMIAH, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 26 Agustus 202 ,  
didapatkan nilai persentase sebesar 30%

Jakarta, .....  
Administrator Turnitin

Arie Pangudi, A.Md

U N I V E R S I T A S  
M E R C U B U A N A

## DAFTAR ISI

HALAMAN AWAL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS.....	v
PERNYATAAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar belakang masalah.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	5
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	6
1.3.1. Maksud Penelitian.....	6
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian.....	6
1.4.1. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN.....	8
2.1. Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Kajian Teori.....	25
2.2.1. Komunikasi Politik.....	25
2.2.2. Political Branding.....	27
2.2.3. New Media.....	30
2.2.4. Media Sosial dan Politik.....	31
2.2.5. Netizen/Warganet.....	34
2.2.6. Hashtag.....	34
2.3. Kerangka Pemikiran.....	36
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	37
3.1. Objek Penelitian.....	37
3.2. Paradigma Penelitian.....	37
3.3. Metode Penelitian.....	38
3.4. <i>Key Informan</i> .....	39
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.6. Teknik Analisis Data.....	41
3.7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	45
BAB IV. PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47

4.1.	Deskripsi Obyek Penelitian .....	47
4.1.1.	Gambaran Umum Political Branding #2019GantiPresiden .....	47
4.1.2.	Partai Keadilan Sejahtera .....	48
4.1.2.1.	Sejarah .....	48
4.1.2.2.	Gerakan Dakwah Kampus .....	49
4.1.2.3.	Partai Keadilan .....	50
4.1.2.4.	Partai Keadilan Sejahtera .....	51
4.1.3.	Ranah Media Sosial .....	51
4.1.3.1.	Media Sosial .....	51
4.1.3.2.	Netizen/Warga Net .....	54
4.2.	Hasil Penelitian .....	54
4.2.1.	Persiapan Partai Keadilan Sejahtera menghadapi Pemilu Legislatif 2019 .....	55
4.2.2.	Penokohan Kader Partai Keadilan Sejahtera .....	59
4.2.3.	Komunikasi Politik Partai Keadilan Sejahtera .....	59
4.2.4.	Partai Keadilan Sejahtera dan Media Sosial .....	61
4.2.5.	Kondisi Perpolitikan Indonesia Jelang Pemilu Presiden .....	63
4.2.6.	Lahirnya Gerakan #2019GantiPresiden .....	65
4.2.10.	Afiliasi Gerakan #2019GantiPresiden dengan Salah Satu Kandidat Capres .....	74
4.2.10.	Kontribusi Political Branding Tagar #2019GantiPresiden .....	77
4.2.11.	Kontribusi Tagar #2019GantiPresiden Pada Elektabilitas Partai Keadilan Sejahtera .....	82
4.3.	Pembahasan .....	84
4.3.1.	Digital Branding .....	85
4.3.2.	Political Branding #2019GantiPresiden .....	87
4.3.3.	Elektabilitas Partai Keadilan Sejahtera di Ranah Media Sosial .....	94
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....		105
5.1.	Kesimpulan .....	105
5.2.	Saran .....	106