



AKTIVITAS PRODUKSI KONTEN PESAN POLITIK AKUN INSTAGRAM

@PLAYLISTGAMA PILPRES TAHUN 2024

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Angger Putra Pamungkas

44120010105

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2024

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Angger Putra Pamungkas
NIM : 44120010105
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Aktivitas Produksi
Konten Pesan Politik Akun Instagram @Playlistgama Pilpres Tahun
2024

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 10 September 2024



Angger Putra Pamungkas

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Angger Putra Pamungkas
NIM : 44120010105
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Aktivitas Produksi
Konten Pesan Politik Akun Instagram @Playlistgama Pilpres Tahun
2024

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing I : Ridho Azlam Ambo
Asse, S.Ikom, M.Ikom,
CCC
NIDN : 0308089202
Ketua Penguji : Rika Jesica, M.Ikom
NIDN : 0314057804
Penguji Ahli : Dudi Hartono, M.Ikom
NIDN : 0320037307

(*Ridho Azlam Ambo*)
(*Rika Jesica*)
(*Dudi Hartono*)

Jakarta, 10 September 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

(Dr. Farjd Hamid, M.Si)

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama : Angger Putra Pamungkas
NIM : 44120010105
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Broadcasting

Dengan judul “ Analisis Aktivitas Produksi Konten Pesan Politik Akun Instagram @Playlistgama Pada Pilpres 2024” ,telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 11 September 2024 ,didapatkan nilai persentase sebesar 23%

Jakarta, 11 September 2024
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

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

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Angger Putra Pamungkas
NIM : 44120010105
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Aktivitas Produksi
Konten Pesan Politik Akun Instagram @Playlistgama Pilpres Tahun 2024

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 10 September 2024

Yang menyatakan,



(Angger Putra Pamungkas)



Nama : Angger Putra Pamungkas
NIM : 44120010105
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : “AKTIVITAS PRODUKSI KONTEN PESAN POLITIK
AKUN INSTAGRAM *@playlistGAMA PILPRES
2024*”
Dosen Pembimbing: Ridho Azlam Ambo Asse, S.Ikom, M.Ikom CCC

ABSTRAK

Fenomena media baru, seperti Instagram, memberikan peluang bagi aktor politik untuk menyampaikan pesan politik melalui konten yang edukatif dan menghibur, khususnya untuk generasi muda. Kampanye Pilpres 2024 Indonesia merupakan ajang dimana para kandidat berusaha maksimal mendapatkan pemilih menggunakan media baru dalam aktivitas politiknya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi produksi pesan politik pada akun Instagram *@playlistGAMA*, yang merupakan bagian dari kampanye pasangan calon Presiden Ganjar Pranowo dan Wakil Presiden Mahfud MD pada Pemilihan Umum 2024.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan pendekatan kualitatif dan deskriptif untuk mengeksplorasi proses produksi konten di akun *@playlistGAMA*. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan tim *playlistGAMA* dan dokumentasi proses produksi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produksi konten mengikuti tahapan riset, pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi, dengan fokus pada segmentasi audiens, targeting pemilih muda dan komunitas lokal, serta positioning yang menekankan solusi konkret dan Unique Selling Proposition (USP). Evaluasi dan penyesuaian strategi kampanye dilakukan secara berkelanjutan untuk meningkatkan efektivitas dan relevansi pesan politik.

Kata kunci: Pesan Politik, Media Baru, Instagram, Ganjar Pranowo, Mahfud MD.



Nama : Angger Putra Pamungkas
NIM : 44120010105
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : “AKTIVITAS PRODUKSI KONTEN PESAN POLITIK
AKUN INSTAGRAM @playlistGAMA PILPRES
2024 ”
Dosen Pembimbing: Ridho Azlam Ambo Asse, S.Ikom, M.Ikom CCC

ABSTRACT

New media phenomena, such as Instagram, provide opportunities for political actors to convey political messages through educational and entertaining content, especially for the younger generation. The 2024 Indonesian presidential election campaign is an event where candidates are trying their best to attract voters using new media in their political activities.

This research aims to analyze the political message production strategy on the Instagram account @playlistGAMA, which is part of the campaign of the candidate pair President Ganjar Pranowo and Vice President Mahfud MD in the 2024 General Election.

This research uses a constructivist paradigm with a qualitative approach and descriptive to explore the content production process on the @playlistGAMA account. Data was collected through interviews with the playlistGAMA team and documentation of the production process.

The research results show that content production follows the research, pre-production, production and post-production stages, with a focus on audience segmentation, targeting young voters and local communities, as well as positioning that emphasizes concrete solutions and Unique Selling Proposition (USP). Evaluation and adjustment of campaign strategies is carried out continuously to increase the effectiveness and relevance of political messages.

Keywords: *Political Messages, New Media, Instagram, Ganjar Pranowo, Mahfud MD.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji dan Syukur kita panjatkan kepada Allah Subhanahu Wata'ala. Dzat yang hanya kepada-Nya memohon pertolongan. Alhamdulillah atas segala pertolongan, rahmat, dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul "*Strategi Produksi Pesan Politik Akun Instagram @Playlistgama*". Shalawat dan salam kepada Rasulullah Shallallahu Alaihi Wasallam yang senantiasa menjadi sumber inspirasi dan teladan terbaik untuk umat manusia.

Di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, laporan tugas akhir ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi. Melalui Penelitian ini, Penulis ingin mengkaji tentang Komunikasi Kelompok Komunitas Strategi Produksi Pesan Politik Akun Instagram @Playlistgama-nya.

Penulis menyadari banyak pihak yang memberikan dukungan dan bantuan selama menyelesaikan studi dan laporan tugas akhir ini. Oleh karena itu, sudah sepantasnya penulis dengan penuh hormat mengucapkan terima kasih dan mendoakan semoga tuhan memberikan balasan terbaik kepada:

1. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan saran dan arahan, serta dukungan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan laporan tugas akhir ini.
2. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Broadcasting, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan ilmu, bimbingan, dukungan, saran, dan motivasi kepada peneliti selama di dalam maupun di luar perkuliahan.
3. Bapak Ridho Azlam Ambo Asse, S.IKom., M.I.Kom, CCC, selaku dosen pembimbing peneliti dan telah memberikan bimbingan, memotivasi, saran dan

arahan, serta dukungan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan laporan tugas akhir ini.

4. Kepada kedua orang tua yang telah memberikan doa, dukungan, serta motivasi kepada peneliti selama proses pengerjaan laporan tugas akhir sehingga peneliti dapat menyelesaikannya dengan baik dan tepat pada waktunya.
5. Kepada seluruh Informan tim @Playlistgama, yang telah bersedia meluangkan waktunya dalam membantu menyelesaikan penelitian ini, dan juga sebagai narasumber dalam laporan tugas akhir yang disusun oleh peneliti.
6. Kepada Aulia Siti Nur'anin, yang telah bersedia membantu, memberikan motivasi, arahan serta dukungan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan laporan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa laporan tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu, masukan dan kritik yang konstruktif dari berbagai pihak sangat diharapkan untuk meningkatkan dan menyempurnakannya di masa mendatang. Harapannya, laporan tugas akhir ini dapat memberikan dampak positif pada pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam merancang iklan kampanye politik dengan fokus pada menciptakan konten yang menarik dan relevan.

Jakarta, 08 Agustus 2024



Angger Putra Pamungkas

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	16
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	16
1.4.2 Manfaat Praktis.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
2.2 Kajian Teoritis	24
2.2.1 New Media.....	24
2.2.2 Media Digital Instagram	26
2.2.3 Jenis Konten Instagram.....	27
2.2.4 Konsep Iklan Pemasaran.....	31
2.2.5 Pesan Politik	33
2.2.6 Teknik Pengambilan Gambar & Editing	35

Editing.....	36
2.2.7 Produksi Konten Video.....	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 Paradigma Penelitian.....	42
3.2 Metode Penelitian.....	43
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	44
3.4 Teknik Pengumpulan Data	47
3.4.1 Data Primer	48
3.4.2 Data Sekunder.....	49
3.5 Teknik Analisis Data	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.2 Hasil Penelitian.....	57
4.3 Pembahasan	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	97
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran	99
5.2.1 Saran Akademis	99
5.2.2 Saran Praktisi	99
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN.....	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun Instagram @playlistGAMA.....	12
Gambar 4. 1 Akun Instagram @playlistGAMA.....	55
Gambar 4. 2 Team Sosial Media @playlistGAMA	56
Gambar 4. 3 Observasi hasil wawancara Marshita Rozhana 15 Juni 2024.....	58
Gambar 4. 4 Observasi hasil wawancara Jihan Putri 12 Juni 2024.....	59
Gambar 4. 5 Observasi hasil wawancara Masayu Azzahra 22 Juni 2024.....	60
Gambar 4. 6 Observasi hasil wawancara Marshita Rozhana 15 Juni 2024.....	73
Gambar 4. 7 Observasi hasil wawancara ke-4 informan	74
Gambar 4. 8 Observasi hasil wawancara ke4 informan	76
Gambar 4. 9 Observasi hasil wawancara Jihan Putri 12 Juni 2024.....	77
Gambar 4. 10 Proses Tahap Penelitian.....	78
Gambar 4. 11 Observasi hasil wawancara Marshita Rozhana 15 Juni 2024.....	79
Gambar 4. 12 Observasi hasil wawancara Marshita Rozhana 15 Juni 2024.....	80
Gambar 4. 13 Observasi hasil wawancara Fabil Fahrian 15 Juni 2024.....	82
Gambar 4. 14 Observasi hasil wawancara Masayu Azzahra 22 Juni 2024.....	83

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3. 1 Hasil Subjek Penelitian	45
Tabel 3. 2 Hasil Objek Penelitian.....	47
Tabel 3. 3 Teknik Analisis Data.....	53
Tabel 4. 1 Hasil Penelitian.....	69

