



**Analisis Isi Konten Kampanye Politik Kandidat Calon Presiden  
Indonesia di Tiktok pada Pemilu 2024**



**FIKI FADILAH PUTRI HASIBUAN**

**44220010173**

**MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2024**

i

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fiki Fadilah Putri Hasibuan

NIM : 44220010173

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Analisis Isi Konten Kampanye Politik Kandidat Calon Presiden Indonesia di Tiktok pada Pemilu 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, 2 September 2024



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



TBL 30  
METERAI  
TEMPEL  
A20C1ALX343473025

Fiki Fadilah Putri Hasibuan

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Fiki Fadilah Putri Hasibuan  
NIM : 44220010173  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Analisis Isi Konten Kampanye Politik Kandidat Calon Presiden Indonesia di Tiktok pada Pemilu 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 1 : Dr. Irmulansati Tomohardjo, S.H, M. Si (  )  
NIDN : 0330077301  
Ketua Penguji : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom (  )  
NIDN : 0316129201  
Penguji Ahli : Ridho Azlam Ambo Asse, M.Ikom (  )  
NIDN : 0308089202

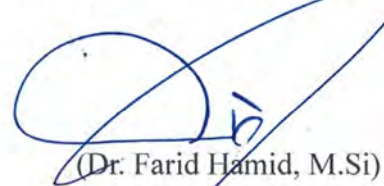
Jakarta, 2 September 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

  
(Dr. Farid Hamid, M.Si)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Fiki Fadilah Putri Hasibuan

NIM : 44220010173

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Analisis Isi Konten Kampanye Politik Kandidat Calon Presiden Indonesia di Tiktok pada Pemilu 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.

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Jakarta, 2 September 2024

Yang menyatakan,



( Fiki Fadilah Putri Hasibuan )

## ABSTRAK

Nama : Fiki Fadilah Putri Hasibuan  
NIM : 44220010173  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Analisis Isi Konten Kampanye Politik Kandidat Calon Presiden Indonesia di Tiktok pada Pemilu 2024  
Pembimbing : Dr. Irmulansati Tomohardjo, S.H, M.Si

Melihat meningkatnya popularitas TikTok di kalangan generasi muda, platform ini telah menjadi arena baru bagi politisi dan partai politik untuk menjangkau dan mempengaruhi pemilih potensial. Penelitian ini menganalisis strategi kampanye politik tiga kandidat calon presiden Indonesia - Anies Baswedan, Prabowo Subianto, dan Ganjar Pranowo - di platform media sosial TikTok selama masa kampanye Pemilu 2024. Dengan menggunakan metode analisis isi kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana para kandidat memanfaatkan fitur-fitur unik TikTok dalam menyampaikan pesan politik mereka kepada pemilih, terutama generasi muda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga kandidat mengadopsi strategi yang berbeda dalam memanfaatkan TikTok. Anies Baswedan mengandalkan pendekatan dialogis dan interaktif melalui program "Desak Anies" dan sesi live. Prabowo Subianto, meski tidak memiliki akun resmi, kampanyenya ditandai dengan penggunaan kartun "gemoy" yang viral. Sementara Ganjar Pranowo mengadopsi gaya komunikasi santai dan interaktif melalui sesi "Malmingan Ganjar" dan "Ganjar Menjawab".

Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa ketiga kandidat berusaha menyesuaikan gaya komunikasi mereka dengan karakteristik TikTok, memanfaatkan fitur-fitur seperti live streaming, hashtag, dan format video pendek. Temuan ini menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi platform penting dalam strategi kampanye digital, memungkinkan kandidat untuk menjangkau dan berinteraksi dengan pemilih muda secara lebih efektif.

Kata kunci: Kampanye politik, TikTok, Media sosial, Pemilu 2024, Analisis isi



## ABSTRACT

Name : Fiki Fadilah Putri Hasibuan  
NIM : 44220010173  
Study Program : Ilmu Komunikasi  
Thesis Title Report : Analysis of Political Campaign Content of Indonesian Presidential Candidates on TikTok in the 2024 Election.  
Counsellor : Dr. Irmulansati Tomohardjo, S.H, M.Si

*Given TikTok's rising popularity among the younger generation, this platform has become a new arena for politicians and political parties to reach and influence potential voters. This study analyzes the political campaign strategies of three Indonesian presidential candidates - Anies Baswedan, Prabowo Subianto, and Ganjar Pranowo - on the TikTok social media platform during the 2024 Election campaign period. Using qualitative content analysis methods, this research aims to understand how the candidates utilize TikTok's unique features in conveying their political messages to voters, especially the younger generation.*

*The results show that the three candidates adopted different strategies in utilizing TikTok. Anies Baswedan relied on a dialogic and interactive approach through the "Desak Anies" program and live sessions. Prabowo Subianto, although lacking an official account, had his campaign marked by the use of viral "cute" cartoons. Meanwhile, Ganjar Pranowo adopted a casual and interactive communication style through "Malmingan" and "Ganjar Menjawab" sessions.*

*This study also reveals that all three candidates attempted to adapt their communication styles to TikTok's characteristics, leveraging features such as live streaming, hashtags, and short video formats. These findings indicate that TikTok has become an important platform in digital campaign strategies, allowing candidates to reach and interact with young voters more effectively.*

*Keywords: Political campaign, TikTok, Social media, 2024 Election, Content analysis*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya yang telah memungkinkan saya menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini dengan tepat waktu. Saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membimbing dan mendukung saya selama proses pengerjaan skripsi ini.

Skripsi berjudul "Analisis Isi Konten Kampanye Politik Kandidat Calon Presiden di Tiktok pada Pemilu 2024" ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi sarjana (S-1) di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, saya telah menerima banyak bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada:

1. Prof. Dr. Ahmad Mulayana selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
2. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Dr. Irmulansati Tomohardjo, S.H, M.Si sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan masukan berharga selama proses penulisan skripsi
4. Kedua orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan dukungan moral dan material selama masa studi
5. Teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, saya berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 10 Agustus 2024

Fiki Fadilah Putri Hasibuan

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Fokus Penelitian .....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II .....</b>	<b>10</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1. Penelitian Terdahulu .....	10
2.2. Kajian Teoretis.....	18
2.2.1. Komunikasi.....	18
2.2.2. Komunikasi Politik.....	19
2.2.3. Pesan.....	21
2.2.4. Kampanye.....	24
2.2.5. Kampanye Politik .....	26
2.2.6. Public Relations.....	29
2.2.7. Teori Media Baru (New Media Theory).....	31
2.2.8. Media Sosial.....	32
2.2.9. TikTok.....	34
2.2.10. Konten.....	37
2.2.11. Konten Kampanye .....	39
2.2.12. Analisis Isi .....	40



2.2.13. Analisis Isi Klaus Krippendorff.....	43
<b>BAB III.....</b>	<b>47</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
3.1. Paradigma Penelitian .....	46
3.2. Metode Penelitian .....	47
3.3. Unit Analisis Penelitian .....	50
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.5. Teknik Analisa Data.....	53
3.6. Teknik Keabsahan Data.....	55
<b>BAB IV .....</b>	<b>57</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
4.1. Gambaran Umum Penelitian .....	57
4.2. Hasil dan Analisis Penelitian .....	64
4.2.1. Frekuensi konten selama masa kampanye .....	65
4.2.2. Tema Konten Kampanye.....	67
4.2.3. Analisis Konten Kampanye Kandidat Calon Presiden.....	71
Tema Prestasi dan Hasil Pembangunan .....	81
4.3. Pembahasan .....	90
<b>BAB V.....</b>	<b>93</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>93</b>
5.1. Kesimpulan.....	93
5.2. Saran.....	94
5.2.1. Saran Akademis.....	94
5.2.2. Saran Praktis .....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>96</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>98</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Konten Prabowo Subianto.....	3
Gambar 1. 2 Komentar Prabowo Gemoy.....	3
Gambar 1. 3 Ganjar Menanggapi Video Ampun DJ .....	4
Gambar 1. 4 Live TikTok Anies Baswedan .....	4
Gambar 1. 5 Grafik Penggunaan Media Sosial di Indonesia .....	5
Gambar 1. 6. Demografi Penggunaan TikTok di Indonesia 2024.....	6
Gambar 2. 1 Kerangka Model Analisis Isi .....	44
Gambar 4. 1 Anies Baswedan .....	59
Gambar 4. 2Akun TikTok Anies Baswedan.....	60
Gambar 4. 3. Prabowo Subianto .....	61
Gambar 4. 4 Akun TikTok Gerindra .....	62
Gambar 4. 5. Ganjar Pranowo.....	63
Gambar 4. 6. Akun TikTok Ganjar Pranowo.....	63
Gambar 4. 7. Konten TikTok Tema Visi Misi dan Program Kerja Anies Baswedan .....	72
Gambar 4. 8 Konten TikTok Tema Prestasi dan Hasil Pembangunan Anies Baswedan ....	74



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 4. 1 Tabel Frekuensi Postingan TikTok Anies Baswedan.....	65
Tabel 4. 2 Tabel Frekuensi Postingan Gerindra .....	66
Tabel 4. 3 Tabel Frekuensi Postingan TikTok Ganjar Pranowo .....	67
Tabel 4. 4 Frekuensi Tema Postingan TikTok Anies Baswedan.....	69
Tabel 4. 5 Frekuensi Tema Postingan TikTok Gerindra.....	70
Tabel 4. 6 Frekuensi Postingan Ganjar Pranowo .....	70
Tabel 4. 7 Analisa Konten Tema Visi Misi dan Program Kerja Anies Baswedan.....	73
Tabel 4. 8. Analisa Konten TikTok Prestasi dan Hasil Pembangunan Anies Baswedan .....	75
Tabel 4. 9. Konten TikTok Tema Isu Sosial dan Ekonomi anies Baswedan .....	76
Tabel 4. 10 Analisa Konten TikTok Tema Isu-Isu Sosial dan Ekonomi Anies Baswedan ...	77
Tabel 4. 11. Tabel Analisa Konten Tema Isu Sosial dan Ekonomi Prabowo.....	79
Tabel 4. 12 Analisa Konten Tema Visi, Misi dan Program Kerja Prabowo Subianto .....	80
Tabel 4. 13 Analisa Konten Tema Prestasi dan Hasil Pembangunan Prabowo Subianto .....	83
Tabel 4. 14. Analisa Konten Tema Visi Visi dan Program Kerja Ganjar Pranowo .....	85
Tabel 4. 15 Analisa Konten Tema Prestasi dan Hasil Pembangunan Ganjar Pranowo .....	87
Tabel 4. 16. Analisa Konten Tema Isu – Isu Sosial dan Ekonomi Ganjar Pranowo .....	89

