



**RESEPSI GENERASI Z TERHADAP CITRA POLITIK  
PRABOWO PADA AKUN YOUTUBE NAJWA SHIHAB DALAM  
EPISODE “PRABOWO SUBIANTO BICARA GAGASAN” DI  
NARASI TV**

**SKRIPSI**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**Deviya Nur Amalia**

**44218110121**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2025**

## HALAMAN PERYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Deviya Nur Amalia  
NIM : 44218110121  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Resepsi Generasi Z terhadap Citra Politik Prabowo Subianto pada akun YouTube Najwa Shihab dalam episode "Prabowo Subianto Bicara Gagasan" di Narasi Tv

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, 5 Juli 2025

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



SEPLUH RIBU RUPAH  
3000  
PETERAI  
TEMPEL  
1C4FFANX016518959

Deviya Nur Amalia

## HALAMAN PENGESAHAN

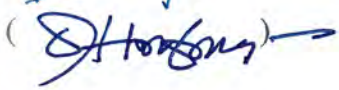
Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Deviya Nur Amalia  
NIM : 44218110121  
Program Studi : Public Relations  
Judul Laporan Skripsi : Resepsi Generasi Z Terhadap Citra Politik Prabowo  
Pada Akun Youtube Najwa Shihab Dalam Episode  
"Prabowo Subianto Bicara Gagasan" Di Narasi Tv

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/ Bidang Studi Public Relation Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Mardhiyyah, M.I.Kom  
NIDN : 0314038802  
Ketua Penguji : Siti Muslichatul Mahmudah, S.Ikom, M.Ikom  
NIDN : 0326089202  
Penguji Ahli : Dudi Hartono M.Ikom  
NIDN : 0320037307

()  
()  
()

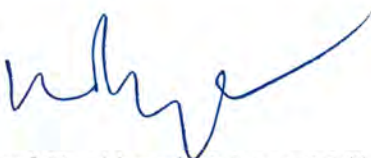
UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 12 Agustus 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

  
Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

  
Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si

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

Nama : Deviya Nur Amalia  
NIM : 44218110121  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Resepsi Generasi Z terhadap Citra Politik Prabowo Subianto pada akun YouTube Najwa Shihab dalam episode "Prabowo Subianto Bicara Gagasan" di Narasi Tv

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

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.

Jakarta 31 Juli 2025

Yang menyatakan,



(Deviya Nur Amalia)

## ABSTRAK

Nama : Deviya Nur Amalia  
NIM : 44218110121  
Program Studi : Public Relations  
Judul Laporan Skripsi : Resepsi Generasi Z Terhadap Citra Politik Prabowo Pada Akun Youtube Najwa Shihab Dalam Episode “Prabowo Subianto Bicara Gagasan” Di Narasi Tv  
  
Pembimbing : Mardhiyyah, S.Ikom, M.Ikom

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui resepsi Generasi Z terhadap citra politik Prabowo Subianto dalam konten YouTube program Mata Najwa di akun Narasi TV. Fenomena politik saat ini menunjukkan bagaimana para calon presiden memanfaatkan media sosial untuk membangun citra politik yang positif.

Prabowo Subianto, melalui penampilannya yang lebih humanis dan santai di Mata Najwa, berhasil menarik perhatian publik dengan citra yang berbeda dari sebelumnya. Perubahan gaya ini menjadi menarik untuk diteliti karena memperlihatkan strategi politik.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis resepsi untuk memahami bagaimana generasi Z menafsirkan citra politik Prabowo Subianto. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan partisipan yang merupakan penonton episode tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan adanya tiga posisi hegemoni dalam resepsi khalayak, yaitu dominan, negosiasi, dan oposisi. Generasi Z cenderung menilai Prabowo secara kritis namun tetap terbuka terhadap perubahan citra yang ditampilkannya. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan kajian komunikasi politik, khususnya dalam memahami peran media sosial dan generasi muda dalam membentuk opini publik terhadap figur politik.

**Kata Kunci:** Resepsi, Generasi Z, Citra Politik, Prabowo Subianto, Mata Najwa, Media Sosial

## ***ABSTRACT***

Name : Deviya Nur Amalia  
NIM : 44218110121  
Study Program : Public Relations  
Title Thesis : Generation Z's Reception of Prabowo's Political Image on Najwa Shihab's Youtube Account in the Episode "Prabowo Subianto Talks About Ideas" on Narasi Tv  
Mentor : Mardhiyyah, S.Ikom, M.Ikom

This study aims to determine Generation Z's reception of Prabowo Subianto's political image in the YouTube content of the Mata Najwa program on Narasi TV. The current political phenomenon demonstrates how presidential candidates utilize social media to build a positive political image in the public eye, particularly among the younger generation, who dominate the voter base in the 2024 election.

Prabowo Subianto, through his more humanistic and relaxed appearance on Mata Najwa, successfully captured the public's attention with a different image than before. This change in style is interesting to study because it reveals a political strategy.

This study uses a qualitative approach with reception analysis methods to understand how Generation Z interprets Prabowo Subianto's political image. Data were collected through in-depth interviews with participants who watched the episode.

The results indicate three hegemonic positions in audience reception: dominance, negotiation, and opposition. Generation Z tends to evaluate Prabowo critically but remains open to changes in his portrayal. This research contributes to the development of political communication studies, particularly in understanding the role of social media and the younger generation in shaping public opinion towards political figures.

***Keywords:*** Reception, Generation Z, Political Image, Prabowo Subianto, Mata Najwa, Social Media

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Resepsi Generasi Z Terhadap Citra Politik Prabowo pada Akun YouTube Najwa Shihab dalam Episode ‘Prabowo Subianto Bicara Gagasan’ di Narasi TV” dengan lancar dan tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak tantangan dan hambatan yang dihadapi. Namun berkat dukungan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, khususnya kedua orang tua saya yang selalu memberikan dukungan dan men-doakan skripsi ini akhirnya dapat terselesaikan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dosen yaitu Ibu Mardhiyyah S.I kom M.i. Kom Pembimbing yang telah dengan sangat sabar memberikan arahan, bimbingan, dan masukan yang sangat berarti dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama perkuliahan.
5. Allah SWT yang senantiasa memberikan kekuatan, kesehatan, dan kemudahan dalam setiap langkah penulis.
6. Kepada kedua Orang tua tercinta dan saya sayangi yaitu Ayah saya Bapak Jaya Supardi dan Ibu saya Dewi Anggreani yang selalu memberikan

dukungan moril, spiritual, dan materil tanpa henti serta menjadi sumber semangat terbesar bagi penulis.

7. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
8. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama perkuliahan.
9. Para informan dan narasumber yang telah meluangkan waktu untuk memberikan informasi dan data yang sangat berharga dalam penelitian ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu namun telah memberikan dukungan dan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi politik dan media sosial.

Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 5 Juli 2025

Hormat saya,

Deviya Nur Amalia

## DAFTAR ISI

|                                            |           |
|--------------------------------------------|-----------|
| HALAMAN JUDUL.....                         | i         |
| HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....     | ii        |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                    | iii       |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN .....       | iv        |
| ABSTRAK .....                              | v         |
| <i>ABSTRACT</i> .....                      | vi        |
| KATA PENGANTAR .....                       | vii       |
| DAFTAR ISI.....                            | ix        |
| DAFTAR TABLE.....                          | xii       |
| DAFTAR GAMBAR .....                        | xiii      |
| BAB I .....                                | 1         |
| PENDAHULUAN .....                          | 1         |
| <b>1.1 Latar Belakang Penelitian</b> ..... | <b>1</b>  |
| <b>1.2 Fokus penelitian</b> .....          | <b>16</b> |
| <b>1.3 Tujuan penelitian</b> .....         | <b>16</b> |
| <b>1.4 Manfaat penelitian</b> .....        | <b>17</b> |
| 1.4.1 Manfaat akademis .....               | 17        |
| 1.4.2 Manfaat praktis.....                 | 17        |
| 1.4.3 Manfaat sosial .....                 | 17        |
| BAB II.....                                | 18        |
| TINJAUAN PUSTAKA .....                     | 18        |
| <b>2.1 Penelitian terdahulu</b> .....      | <b>18</b> |
| <b>2.2 Pesan Media</b> .....               | <b>28</b> |
| <b>2.3 New media</b> .....                 | <b>29</b> |
| <b>2.4 Media sosial</b> .....              | <b>30</b> |
| 2.4.1 Youtube .....                        | 31        |
| <b>2.5 Citra Politik</b> .....             | <b>31</b> |
| <b>2.6 Resepsi</b> .....                   | <b>34</b> |
| <b>2.7 Generasi Z</b> .....                | <b>35</b> |
| BAB III .....                              | 37        |

|                                                                                                       |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| METODOLOGI PENELITIAN.....                                                                            | 37        |
| <b>3.1 Paradigma Penelitian.....</b>                                                                  | <b>37</b> |
| <b>3.2 Metode Penelitian.....</b>                                                                     | <b>37</b> |
| <b>3.3 Subjek Penelitian.....</b>                                                                     | <b>38</b> |
| <b>3.4 Teknik Pengumpulan Data .....</b>                                                              | <b>39</b> |
| 3.4.1 Data Pimer.....                                                                                 | 39        |
| 3.4.2 Data sekunder.....                                                                              | 40        |
| <b>3.5 Teknik Analisa data .....</b>                                                                  | <b>40</b> |
| 3.5.1 Reduksi data .....                                                                              | 41        |
| 3.5.2 penyajian data.....                                                                             | 41        |
| 3.5.3 Penarikan Kesimpulan .....                                                                      | 42        |
| <b>3.6 Teknik Keabsahan Data .....</b>                                                                | <b>42</b> |
| BAB IV .....                                                                                          | 45        |
| Hasil Penelitian dan Pembahasan.....                                                                  | 45        |
| <b>4.1 Gambaran umum Objek Penelitian .....</b>                                                       | <b>45</b> |
| <b>4.2 Hasil Penelitian.....</b>                                                                      | <b>49</b> |
| 4.2.1 Pendapat Informan Generasi Z mengenai Sosok Prabowo Subianto...                                 | 54        |
| 4.2.2 Resepsi Informan mengenai Integritas yang dimiliki oleh Prabowo Subianto .....                  | 56        |
| 4.2.3 Resepsi Generasi Z visi misi dalam Citra politik Prabowo Subianto ...                           | 58        |
| 4.2.4 Resepsi Informan terakit Citra politik Prabowo Subianto .....                                   | 61        |
| 4.2.5 Pendapat Informan mengenai Program Mata Najwa .....                                             | 63        |
| 4.2.6 Resepsi Generasi Z dari gaya wawancara Najwa Shihab pada acara Bicara gagasan di Narasi TV..... | 65        |
| <b>4.3 Pembahasan .....</b>                                                                           | <b>68</b> |
| BAB V.....                                                                                            | 74        |
| KESIMPULAN DAN SARAN.....                                                                             | 74        |
| <b>5.1 Kesimpulan .....</b>                                                                           | <b>74</b> |
| <b>5.2 Saran.....</b>                                                                                 | <b>75</b> |
| 5.2.1 Saran Akademisi .....                                                                           | 75        |
| 5.2.2 Saran Praktisi .....                                                                            | 76        |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                                                                  | 77        |

|               |    |
|---------------|----|
| LAMPIRAN..... | 81 |
|---------------|----|



## DAFTAR TABLE

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| Table 2. 1 Penelitian Terdahulu ..... | 21 |
| Table 4 1 Hasil Wawancara .....       | 71 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                |    |
|--------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Cuplikan Prabowo berbincang dengan Najwa Shihab .....              | 2  |
| Gambar 1. 2 Karakter Pemimpin yang diharapkan Gen Z.....                       | 8  |
| Gambar 1. 3 Survei Indikator: Mayoritas Gen Z dan Milenial Pilih Prabowo ..... | 9  |
| Gambar 1. 4 Main Reasons for using the Internet .....                          | 10 |
| Gambar 1. 5 Social Media Average time per used.....                            | 11 |
| Gambar 1. 6 Beragam konten menuju Pemilu 2024 .....                            | 13 |
| Gambar 1. 7 Potongan Konten Prabowo Subianto.....                              | 14 |
| Gambar 4. 1 Potongan konten Prabowo berbincang dengan Najwa Shihab.....        | 46 |
| Gambar 4. 2 Profile Akun YouTube NarasiTV .....                                | 68 |

