



**PEMANFAATAN FITUR INSTAGRAM UNTUK MENJARING
PEMILIH GENERASI MUDA PADA TAHUN PEMILU 2024
(STUDI KASUS DPW PSI WILAYAH DKI JAKARTA)**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Wildan
44319010069

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**ADVERTISING & MARKETING COMMUNICATION
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**



**PEMANFAATAN FITUR INSTAGRAM UNTUK MENJARING
PEMILIH GENERASI MUDA PADA TAHUN PEMILU 2024
(STUDI KASUS DPW PSI WILAYAH DKI JAKARTA)**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Wildan
44319010069

**ADVERTISING & MARKETING COMMUNICATION
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wildan
NIM : 44319010069
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pemanfaatan Fitur Instagram Untuk Menjaring
Pemilih Generasi Muda Pada Tahun Pemilu 2024
(Studi Kasus DPW PSI Wilayah DKI Jakarta)

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, 04 September 2025

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



68AMX374557199
METERAL
TEMPEL
Wildan

HALAMAN PENGESAHAN

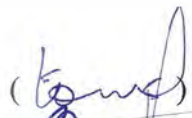
Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Wildan
NIM : 44319010069
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pemanfaatan Fitur Instagram Untuk Menjaring
Pemilih Generasi Muda Pada Tahun Pemilu 2024
(Studi Kasus DPW PSI Wilayah DKI Jakarta)

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. Yoyoh Hereyah S.Pd, M.Si
NIDN : 0312046707
Ketua Penguji : Ridho Azlam Ambo Asse S.IKom., M.IKom
NIDN : 0308089202
Penguji Ahli : Dr. Farid Hamid Umarella M.Si
NIDN : 0301117301

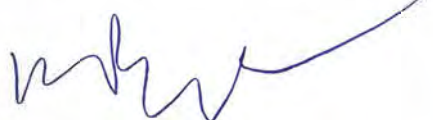
()
()
()

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

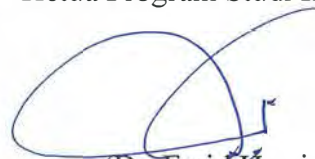
Jakarta, 04 September 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

()
(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan proposal ini dengan baik. Adapun judul tugas akhir skripsi yang penulis ambil yaitu “Pemanfaatan Fitur Instagram untuk Menjaring Pemilih Generasi Muda pada Tahun Pemilu 2024 (Studi Kasus DPW PSI Wilayah DKI Jakarta)”.

Tujuan penulisan tugas akhir skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada bidang studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Universitas Mercu Buana Jakarta. Selama proses penulisan tugas akhir skripsi ini penulis telah usahakan semaksimal mungkin dan tentunya dengan bantuan berbagai pihak, sehingga dapat memperlancar pembuatan tugas akhir skripsi ini. Untuk itu izinkan penulis mengucapkan terima kasih banyak, khususnya kepada :

1. Ibu Dr. Yoyoh Hereyah, S.Pd, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan masukan dan arahan yang sangat bermanfaat bagi penulis.
2. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si. selaku Penguji Ahli dan Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Bapak Ridho Azlam Ambo Asse, S.IKom., M.IKom. selaku Ketua Sidang dan Ketua Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir skripsi ini masih jauh sekali dari sempurna, untuk itu penulis mohon kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan untuk kedepannya. Dengan demikian tugas akhir skripsi ini dapat berguna khususnya bagi penulis dan bagi para pembaca sebagai bahan referensi teori atau untuk kebutuhan praktikum.

Jakarta, 28 Agustus 2025

Wildan

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Wildan
NIM : 44319010069
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pemanfaatan Fitur Instagram Untuk Menjaring Pemilih Generasi Muda Pada Tahun Pemilu 2024 (Studi Kasus DPW PSI Wilayah DKI Jakarta)

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, 04 September 2025
Yang menyatakan,



(Wildan)

**PEMANFAATAN FITUR INSTAGRAM UNTUK MENJARING PEMILIH
GENERASI MUDA PADA TAHUN PEMILU 2024 (STUDI KASUS DPW
PSI WILAYAH DKI JAKARTA)
WILDAN**

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mengubah wajah komunikasi politik pada generasi muda yang menjadi pemilih potensial kini lebih mudah dijangkau melalui platform media sosial. Penelitian ini berangkat dari fenomena tersebut dengan fokus pada praktik komunikasi pemasaran politik yang dilakukan DPW PSI DKI Jakarta melalui akun Instagram @psi_jakarta menjelang Pemilu 2024. Tujuan penelitian adalah menganalisis implementasi 4P (*product, price, promotion, place*) pada praktik komunikasi PSI, menguji efektivitas taktik digital yang dipakai, dan merumuskan rekomendasi bagi penguatan strategi pemasaran politik berbasis media sosial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif dengan teknik pengumpulan data utama berupa observasi sistematis terhadap konten Instagram dan wawancara mendalam dengan narasumber internal. Data dianalisis secara tematik dan semiotik yang mengurai elemen visual, teks, tagar, metrik keterlibatan (*engagement*), serta praktik *community management* serta ditriangulasi untuk meningkatkan validitas temuan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PSI DKI Jakarta mampu mengoperasionalkan konsep 4P dalam komunikasi pemasaran politik melalui Instagram secara efektif dalam menjangkau pemilih muda. Strategi yang diterapkan mencakup efisiensi anggaran, konten kreatif, serta pemanfaatan fitur interaktif dan tagar yang relevan pada Instagram dalam memperkuat citra dan dukungan politik PSI pada Pemilu 2024.

Kata Kunci: *Pemasaran Politik, Kepemudaan, Pemilu 2024, PSI*

**POLITICAL MARKETING COMMUNICATION THROUGH
INSTAGRAM TO ATTRACT YOUNG VOTERS IN THE 2024 GENERAL
ELECTION (A CASE STUDY OF PSI REGIONAL LEADERSHIP
COUNCIL IN DKI JAKARTA)**

WILDAN

ABSTRACT

The development of digital technology has transformed the landscape of political communication, making it easier to reach young generations who represent potential voters through social media platforms. This research stems from that phenomenon, focusing on the political marketing communication practices carried out by DPW PSI DKI Jakarta through the Instagram account @psi_jakarta in the lead-up to the 2024 General Election. The objective of this study is to analyze the implementation of the 4P (product, price, promotion, place) in PSI's communication practices, to examine the effectiveness of digital tactics employed, and to formulate recommendations for strengthening social media-based political marketing strategies.

This research adopts a qualitative case study approach, with primary data collection techniques consisting of systematic observation of Instagram content and in-depth interviews with internal sources. The data were analyzed thematically and semiotically, breaking down visual elements, text, hashtags, engagement metrics, and community management practices, and subsequently triangulated to enhance the validity of findings.

The results reveal that PSI DKI Jakarta effectively operationalized the 4P concept in political marketing communication through Instagram to reach young voters. The strategies applied include budget efficiency, creative content, as well as the utilization of interactive features and relevant hashtags on Instagram to strengthen PSI's image and political support in the 2024 election.

Keywords: Political Marketing, Youth, 2024 General Election, PSI

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA	
ILMIAH	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kajian Teoritis	18
2.2.1 Komunikasi Pemasaran Politik	18

2.2.2 Teori Pemasaran Politik	25
2.2.3 Politik Partai	29
2.2.4 Generasi Muda	33
2.2.5 Instagram.....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Paradigma Penelitian	44
3.2 Metode Penelitian	44
3.3 Subjek Penelitian	45
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.4.1 Data Primer	46
3.4.2 Data Sekunder	48
3.5 Teknik Analisis Data	49
3.6 Teknik Keabsahan Data	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Gambaran Umum	53
4.1.1 Sejarah Partai Solidaritas Indonesia	53
4.1.2 Pilar Nilai Dasar Partai Solidaritas Indonesia	54
4.1.3 Visi dan Misi Partai Solidaritas Indonesia	56
4.1.4 Makna Logo Partai Solidaritas Indonesia	58
4.1.5 Struktur Organisasi Partai Solidaritas Indonesia	59
4.1.6 Partisipasi PSI dalam Pemilu Tahun 2024	61
4.2 Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Politik PSI DKI Jakarta pada Tahun Pemilu 2024	67
4.2.1 <i>Feed</i>	76
4.2.2 <i>Reels</i>	88

4.2.3 <i>Story</i>	92
4.2.4 <i>Explore</i>	96
4.2.5 <i>Like dan Comment</i>	106
4.2.6 <i>Direct Message</i>	109
4.3 Platform PSI Jakarta 2024-2029.....	113
4.4 Analisis Implementasi Komunikasi Pemasaran Politik DPW PSI DKI Jakarta terhadap Teori Niffenegger pada Tahun Pemilu 2024.....	118
4.4.1 <i>Product</i>	119
4.4.2 <i>Price</i>	123
4.4.3 <i>Promotion</i>	130
4.4.4 <i>Place</i>	134
BAB V KESIMPULAN	139
5.2 Kesimpulan	139
5.3 Saran	140
DAFTAR PUSTAKA	141
LAMPIRAN	149

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 4.1 Daftar Pemilih Tetap (DPT) Pemilu Tahun 2024 Berdasarkan Tipe Generasi.....	63
Tabel 4.2 Data Survei Nasional Perolehan Suara PSI pada Pemilu 2024	65
Tabel 4.3 Data Sementara Perolehan Suara PSI Tertinggi	66
Tabel 4.4 Akun Instagram Pengurus dan Tokoh DPW PSI DKI Jakarta.....	73
Tabel 4.5 Penggunaan Tagar oleh Instagram @psi_jakarta pada pemilu 2024..	105
Tabel 4.6 Platfrom PSI DKI Jakarta 2024-2029.....	115



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo PSI.....	58
Gambar 4.2 Struktur Kepengurusan DPW PSI DKI Jakarta	61
Gambar 4.3 Tangkapan Layar Akun Instagram Elva Farhi Qolbina	72
Gambar 4.4 Tangkapan Layar Postingan Akun Instagram Elva Farhi Qolbina ..	72
Gambar 4.5 Postingan Feed Instagram “Mawar Melawan” Sumber : Instagram @psi_jakarta (2024).....	78
Gambar 4.6 Postingan Feed Instagram PSI DKI Jakarta “Berpolitik Secukupnya Berteman Selamanya”	81
Gambar 4.7 Postingan Instagram @psi_jakarta “Optimis Sejahtera”.....	86
Gambar 4.8 Postingan Sampul Reels Instagram PSI DKI Jakarta.....	88
Gambar 4.9 Postingan Cuplikan Reels Instagram PSI DKI Jakarta	89
Gambar 4.10 Tangkapan Layar Salah Satu Sorotan atau Highlight “PSI UPDATE” pada Instagram PSI DKI Jakarta.....	92
Gambar 4.11 Tangkapan Layar Story Instagram @psi_jakarta “Community Hub”	93
Gambar 4.12 Tangkapan Layar Story Instagram @psi_jakarta “Curhat Bareng Mas Kaesang”.....	94
Gambar 4.13 Tangkapan Layar Story Instagram @psi_jakarta “Mawar Melawan”	95
Gambar 4.14 Tagar #PSI Instagram PSI DKI Jakarta.....	98
Gambar 4.15 Tagar #PSIJakarta Instagram PSI DKI Jakarta.....	99
Gambar 4.16 Tagar #GenerasiOptimis Instagram PSI DKI Jakarta	101
Gambar 4.17 Tagar #pemilu2024 Instagram PSI DKI Jakarta	102
Gambar 4.18 Tagar #partaianakmuda Instagram PSI DKI Jakarta.....	104
Gambar 4.19 Tangkapan Komentar Postingan Instagram PSI DKI Jakarta.....	108
Gambar 4.20 Tangkapan Layar Smartphone Riwayat Chat DM admin Instagram @psi_jakarta dengan @christiansamuelpm	110
Gambar 4.21 Tangkapan Layar Smartphone Riwayat Chat DM admin Instagram @psi_jakarta dengan @dede_kings.....	111

Gambar 4.22 Tangkapan Layar Smartphone Riwayat Chat DM admin Instagram @psi_jakarta dengan @stefanuskofrandana	112
Gambar 4.23 Platfrom PSI Jakarta 2024-2029	113



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Sesi Foto Peneliti bersama Sekretaris DPW PSI DKI Jakarta.....	149
Lampiran 2. Tanda Pengenal Geraldin Ryan Wibinata, Sekretaris DPW PSI DKI	150
Lampiran 3. Surat Keputusan Kepengurusan DPW PSI DKI Jakarta Periode 2024-	151
Lampiran 4. Surat Izin Penelitian	153
Lampiran 5. Hasil Wawancara dengan Narasumber.....	154
Lampiran 6. Petunjuk Wawancara	191

