

**ANALISIS RESEPSI PEMILIH PEMULA TERHADAP PERSONAL
BRANDING PASANGAN CALON PRABOWO – GIBRAN PADA
TAYANGAN “ANTARA PRABOWO-GIBRAN DAN LANGKAH POLITIK
GIBRAN SETELAH PUTUSAN MK” DI KANAL YOUTUBE TOTAL
POLITIK**

SKRIPSI



OLEH :

NUR ACHMAD HAIQAL

NPM. 19043010066

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS RESEPSI PEMILIH PEMULA TERHADAP PERSONAL
BRANDING PASANGAN CALON PRABOWO – GIBRAN PADA TAYANGAN
“ANTARA PRABOWO-GIBRAN DAN LANGKAH POLITIK GIBRAN
SETELAH PUTUSAN MK” DI CHANNEL YOUTUBE TOTAL POLITIK**

Disusun oleh :

Nur Achmad Haikal
NPM. 19043010066

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING

Dra. Dyva Claretta, M.Si.
NIP. 196601072021212001

Mengetahui,

DEKAN FISIP

Dr. CATUR-SURATNOAJI, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS RESEPSI PEMILIH PEMULA TERHADAP PERSONAL
BRANDING PASANGAN CALON PRABOWO – GIBRAN PADA TAYANGAN
"ANTARA PRABOWO-GIBRAN DAN LANGKAH POLITIK GIBRAN
SETELAH PUTUSAN MK" DI CHANNEL YOUTUBE TOTAL POLITIK

Disusun oleh :

Nur Achmad Haikal
NPM. 19043010066

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program
Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 26 April 2024

Menyetujui,

PEMBIMBING

Tim Penguji,

1. Ketua


Dra. Dyva Claretta, M.Si.
NIP. 196601072021212001


Dra. Dyva Claretta, M.Si.
NIP. 196601072021212001

2. Sekretaris


Ahmad Zamzamy S.Sos, M.Med.Kom
NIP. 198312012021211004

3. Anggota


Ririn Puspita Tutiasri S.I.Kom, M.Med.Kom
NIP. 198904112021212001

Mengetahui,
DEKAN FISIP


Dr. CATUR-SURATNOAJI, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nur Achmad Haiqal
 NPM : 19043010066
 Fakultas/Prodi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Illmu Komunikasi
 Judul Skripsi : ANALISIS RESEPSI PEMILIH PEMULA TERHADAP PERSONAL BRANDING PASANGAN CALON PRABOWO – GIBRAN PADA TAYANGAN “ANTARA PRABOWO-GIBRAN DAN LANGKAH POLITIK GIBRAN SETELAH PUTUSAN MK” DI KANAL YOUTUBE TOTAL POLITIK

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN “Veteran” Jawa Timur maupun institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing,
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN “Veteran” Jawa Timur.

Surabaya, 17 Mei 2024




(Nur Achmad Haiqal)

KATA PENGANTAR

Bismillahirokhhmanirrokhim, dengan mengucapkan puji syukur peneliti panjatkan pada Allah Subhanahu Wata'ala atas limpahan Rahmat, Hidayah dan Karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan penulisan laporan akhir skripsi yang berjudul ANALISIS RESEPSI PEMILIH PEMULA TERHADAP PERSONAL BRANDING PASANGAN CALON PRABOWO – GIBRAN PADA TAYANGAN “ANTARA PRABOWO-GIBRAN DAN LANGKAH POLITIK GIBRAN SETELAH PUTUSAN MK” DI KANAL YOUTUBE TOTAL POLITIK sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Terima kasih penulis ucapkan kepada Ibu Dra. Dyva Claretta, M.Si sebagai dosen pembimbing sekaligus dosen penguji skripsi, yang telah bersedia mencurahkan waktu, tenaga, emosi dan pemikiran untuk membimbing, mengarahkan peneliti hingga tugas akhir skripsi ini dapat diselesaikan. Selama penyusunan penulisan tugas akhir skripsi ini, peneliti melibatkan beberapa pihak yang telah memberikan bimbingan, dukungan dan doa serta bantuan pada peneliti. Maka dari itu peneliti menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Syafrida Nurrachmi F, M.Med.Kom selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Ibu Dra. Diana Amalia, M. Si selaku dosen pembimbing akademik.
4. Ibu Ririn Puspita Tutiasri S.I.Kom, M.Med.Kom, Ibu Hanna Nurhaqiqi, S.I.P., M.A dan Bapak Ahmad Zamzamy S.Sos, M.Med,Kom sebagai dosen penguji seminar proposal skripsi maupun ujian lisan skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga serta arahan pada peneliti.
5. Bapak/Ibu Dosen program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
6. Informan yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk terlibat dalam penelitian.
7. Kedua orang tua dan adik peneliti yang telah memberikan dukungan secara materil maupun moril.
8. Teman-teman peneliti yang telah bersedia berdiskusi dan memberikan semangat.

Meski tidak semua pihak dituliskan secara spesifik, peneliti menyakini banyak orang baik yang telah berjasa dalam proses penulisan tugas akhir skripsi ini. Dalam tugas akhir skripsi, peneliti mengharapkan segala kritik dan saran yang membangun dari pembaca sebagai bahan pertimbangan perbaikan penelitian selanjutnya.

Surabaya, 17 Mei 2024

Nur Achmad Haiqal

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSATAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Landasan Teori.....	19
2.2.1 Media Sosial Youtube Sebagai Sarana Personal Branding.....	19
2.2.2 Pemilihan Umum dari Sisi Generasi Z.....	21
2.2.3 Generasi Z dalam Memandang Politik.....	24
2.2.4 Pemilih Pemula sebagai Generasi Z dalam Memandang Calon Pemimpin.....	27
2.2.5 Personal Branding.....	29
2.2.6 Teori Resepsi.....	33
2.3 Kerangka Berpikir.....	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	38
3.1 Jenis Penelitian.....	38
3.2 Definisi Konseptual.....	39
3.3.1 Analisis Resepsi.....	39
3.3.2 Pemilih Pemula.....	39
3.3.3 Personal Branding Pasangan Calon Prabowo dan Gibran.....	40
3.3.4 Media Sosial Youtube @totalpolitik.....	40

3.3	Lokasi Penelitian	41
3.4	Subjek atau Objek Penelitian	41
3.5	Teknik Penentuan Informan	41
3.6	Teknik Pengumpulan Data	42
3.7	Teknik Analisis Data	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		46
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.2	Identitas Informan	47
4.2.1	Informan 1	48
4.2.2	Informan 2	48
4.2.3	Informan 3	49
4.2.4	Informan 4	49
4.2.5	Informan 5	49
4.2.6	Informan 6	50
4.2.7	Informan 7	50
4.3	Penyajian Hasil dan Analisis Data	50
4.3.1	Penerimaan Konten "Antara Prabowo-Gibran Dan Langkah Politik Gibran Setelah Putusan MK" terhadap Personal Branding Prabowo-Gibran	51
4.3.1.1	Representasi Anak Muda sebagai Keunikan dari Prabowo-Gibran di Kalangan Pemilih Pemula	52
4.3.1.2	Etika Politik sebagai Penilaian Pemilih Pemula terhadap Integritas Prabowo-Gibran	54
4.3.1.3	Rekam Jejak dalam Membentuk Branding Kepribadian Prabowo-Gibran pada Pemilih Pemula	57
4.3.1.4	Pengalaman Kepemimpinan sebagai Modal Meninjau Kepemimpinan Prabowo-Gibran	60
4.3.1.5	Prestasi Prabowo-Gibran sebagai Indikator Keahlian dari Prabowo-Gibran	63
4.3.1.6	Citra Dinasti Politik menjadi Penilaian dalam Reputasi Prabowo-Gibran	65
4.4	Pembahasan	68
4.4.1	Representasi Anak Muda sebagai Keunikan dari Prabowo-Gibran di Kalangan Pemilih Pemula	69
4.4.2	Etika Politik sebagai Penilaian Pemilih Pemula terhadap Integritas Prabowo-Gibran	71
4.4.3	Rekam Jejak dalam Membentuk Branding Kepribadian Prabowo-	

Gibran pada Pemilu Pemula	72
4.4.4 Pengalaman sebagai Modal Meninjau Kepemimpinan Prabowo-Gibran	73
4.4.5 Prestasi Prabowo-Gibran sebagai Indikator Keahlian dari Prabowo-Gibran	74
4.4.6 Citra Dinasti Politik menjadi Penilaian dalam Reputasi Prabowo-Gibran	76
BAB V PENUTUP	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	91
Informan 1	93
Informan 2	94
Informan 3	95
Informan 4	96
Informan 5	97
Informan 6	98
Informan 7	99

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1. Statistik Jumlah Pemilih Pemilu 2024 berdasarkan Usia</i>	3
Gambar 2. Sumber : Databoks.....	5
Gambar 3. Kanal Youtube Media Sosial Berita Online Total Politik.....	6
Gambar 4. Konten Prabowo-Gibran, Sumber : Youtube Total Politik.....	7
Gambar 5. Komentar Kontra dengan Prabowo-Gibran, Sumber : Youtube Total Politik.....	8
Gambar 6. Komentar Pro dengan Prabowo-Gibran, Sumber : Youtube Total Politik 8	8
Gambar 7. Komentar Kontra dengan Prabowo-Gibran, Sumber : Youtube Total Politik.....	9
Gambar 8. Komentar Pro dengan Prabowo-Gibran, Sumber : Youtube Total Politik 9	9
Gambar 9. Komentar Kontra dengan Prabowo-Gibran, Sumber : Youtube Total Politik.....	10
Gambar 10. Komentar Pro dengan Prabowo-Gibran, Sumber : Youtube Total Politik.....	10
Gambar 11. Komentar Kontra dengan Prabowo-Gibran, Sumber : Youtube Total Politik.....	10
Gambar 12. Komentar Pro dengan Prabowo-Gibran, Sumber : Youtube Total Politik.....	11
Gambar 13. Diagram Konsep Resepsi Stuart Hall (John, 1996).....	35
Gambar 14. Kerangka berfikir penelitian resepsi khalayak pemilih pemula terhadap paslon Prabowo-Gibran dalam media sosial youtube @totalpolitik.....	37

ABSTRAKSI

NUR ACHMAD HAIQAL TRILIANSYAH, 19043010066, ANALISIS RESEPSI PEMILIH PEMULA TERHADAP PERSONAL BRANDING PASANGAN CALON PRABOWO – GIBRAN PADA TAYANGAN “ANTARA PRABOWO-GIBRAN DAN LANGKAH POLITIK GIBRAN SETELAH PUTUSAN MK” DI KANAL YOUTUBE TOTAL POLITIK

Dalam pemilihan umum 2024, Prabowo-Gibran memproduksi pesan politik sekaligus membangun identitas personal atau personal branding utamanya segmen anak muda. Hal tersebut dikarenakan pemilih dari generasi muda mencapai 56% dari total pemilih, atau sekitar 114 juta orang. Sebagian dari mereka adalah pemilih pemula. Pemilih pemula merupakan segmen yang khas dilihat dari cara konsumsi pesan politik di media yakni media sosial. Youtube sebagai salah satu kanal media sosial berita online menurut databoks memang menjadi sumber rujukan anak muda dalam mencari informasi terkait dinamika politik. Total politik sebagai salah satu kanal youtube yang memproduksi konten menuai pro kontra terkait pencalonan Prabowo-Gibran sebagai paslon pilpres 2024. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pesan yang diterima, dipahami dan diinterpretasikan oleh pemilih pemula sesuai dengan latar belakang, budaya dan identitas sosialnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni kualitatif deskriptif dengan tujuh informan dari berbagai latar belakang berbeda. Hasil dari penelitian ini yakni terdapat 2 pemilih pemula meresepsi dominan hegemonic dengan latar belakang anggota partai pendukung Prabowo-Gibran. Terdapat 3 pemilih pemula meresepsi negosiasi dengan latar belakang mahasiswa aktif yang tergabung di organisasi ekstra kampus. Terdapat 2 pemilih pemula dengan latar belakang swing voters atau massa mengambang dan pemilih pemula dari kelas menengah kebawah yang sudah didominasi oleh pengaruh partai lawan dari Prabowo-Gibran.

Kata Kunci: Analisis Resepsi, Personal Branding, Prabowo-Gibran

ABSTRACT

NUR ACHMAD HAIQAL TRILIANSYAH, 19043010066, ANALYSIS OF NOVICE VOTERS' RECEPTION TOWARD THE PERSONAL BRANDING OF THE PRABOWO - GIBRAN PAIR IN THE SHOW "BETWEEN PRABOWO-GIBRAN AND GIBRAN'S POLITICAL STEPS AFTER THE CONSTITUTIONAL COURT'S DECISION" ON THE YOUTUBE KANAL TOTAL POLITIK

In the 2024 general election, Prabowo-Gibran produced political messages while also building personal identity or personal branding, primarily targeting the youth segment. This is because young voters accounted for 56% of the total voters, or around 114 million people. Some of them are novice voters. Novice voters are a distinct segment observed in their consumption of political messages on social media. YouTube, as one of the online news social media kanals, is indeed a reference source for young people in seeking information related to political dynamics. Total Politik, as one of the YouTube kanals producing content, sparked controversy regarding the nomination of Prabowo-Gibran as presidential candidates in 2024. The aim of this research is to understand the messages received, understood, and interpreted by novice voters according to their backgrounds, culture, and social identities. The method used in this research is descriptive qualitative with seven informants from various different backgrounds. The results of this research show that there are 2 novice voters who predominantly received hegemonic reception with backgrounds as members of the supporting party of Prabowo-Gibran. There are 3 novice voters who received negotiation reception with backgrounds as active university students involved in extracurricular campus organizations. There are 2 novice voters with backgrounds as swing voters or floating masses and novice voters from the lower middle class who are already dominated by the influence of the opposing party of Prabowo-Gibran.

Keywords: Reception Analysis, Personal Branding, Prabowo-Gibran