

**STRATEGI KAMPANYE TIGA CALON PRESIDEN UNTUK
MENGAET SUARA MUSLIM MELALUI KONTEN ISLAMI
PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM PEMILU 2024**

**(Analisis Isi Kualitatif Konten Islami Tiga Calon Presiden Pada
Periode Kampanye Pemilu November 2023 - Februari 2024)**



SKRIPSI

Oleh:

Archaiva Raihanah Azzahra

NPM: 20200710085

FAKULTAS AGAMA ISLAM

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2024

**STRATEGI KAMPANYE TIGA CALON PRESIDEN UNTUK
MENGAET SUARA MUSLIM MELALUI KONTEN ISLAMI
PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM PEMILU 2024**

**(Analisis Isi Kualitatif Konten Islami Tiga Calon Presiden Pada Periode
Kampanye Pemilu November 2023 - Februari 2024)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Sosial (S. Sos.) pada program pendidikan Strata Satu (S-1),
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Oleh:

Archaiva Raihanah Azzahra

NPM: 20200710085

FAKULTAS AGAMA ISLAM

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2024

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Archaiva Raihanah Azzahra
NPM : 20200710085
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di Perguruan Tinggi mana pun, dan sepanjang pengetahuan saya dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 16 Juli 2024

Yang membuat pernyataan:



Archaiva Raihanah Azzahra

PERSEMBAHAN

Peneliti mengucapkan rasa syukur yang begitu besar kepada Allah Swt., yang telah memberikan kemudahan, kelancaran, kesehatan, serta nikmat yang begitu banyak sehingga dalam proses penyusunan skripsi ini bisa terselesaikan tanpa suatu kendala apa pun. Selawat selalu tercurah kepada Nabi Muhammad saw., selaku suri teladan umat manusia. Kemudian penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada orang-orang yang berjasa selama pembuatan skripsi sehingga skripsi ini selesai tepat pada waktunya.

Skripsi ini dipersembahkan untuk keluarga besar, terutama orang tua yang selalu memberikan doa serta dukungannya. Dukungan baik berupa fasilitas selama menempuh pendidikan, materi yang tak lagi terhitung nilainya serta kasih sayang yang luar biasa dengan menaruh kepercayaan yang besar terhadap anak semata wayangnya ini.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Alhamdulillah, puji syukur kita panjatkan kepada Allah Swt., yang telah memberikan karunia serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Kampanye Tiga Calon Presiden untuk Menggaet Suara Muslim Melalui Konten Islami pada Media Sosial Tiktok dalam Kampanye Pemilu 2024”. Tak lupa selawat serta salam selalu tercurah kepada baginda Nabi Muhammad saw.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan banyaknya dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P., ASEAN., Eng selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Syakir Jamaluddin, S.Ag., M.A selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
3. Bapak Dr. Ahmad Hermawan, Lc., M.A selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
4. Ibu Twediana Budi Hapsari, Ph. D selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran serta telah meluangkan waktunya untuk memberi arahan dan bimbingan dalam penulis berproses untuk penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan *Civitas Akademika* Universitas Muhammadiyah Yogyakarta khususnya Fakultas Agama Islam serta Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan fasilitas dan pelayanan terbaik dalam penulis mengemban ilmu di kampus tercinta ini.
6. Ibu Sukaemi dan Bapak Waluyo S.S., M.Hum. selaku kedua orang tua hebat yang penulis miliki, perjuangan yang tiada henti berikhtiar dan

mendoakan untuk memberikan semangat, motivasi, dan dukungan kepada penulis untuk dapat menyanggah gelar sarjana.

7. Teman-teman dan tetangga rumah khususnya Widya Nur dan Alfian Rianjana serta tim karawitan yang selalu memberikan arahan dan semangat untuk dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.

Yogyakarta, 15 Juli 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Archaiva Raihanah Azzahra', written in a cursive style.

Archaiva Raihanah Azzahra

DAFTAR ISI

JUDUL HALAMAN.....	i
NOTA DINAS	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
1. Manfaat Praktis.....	8
2. Manfaat Teoritis	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	9
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu	9
B. Landasan Teori	16
1. Strategi Kampanye Politik.....	16
2. Konten Islami dalam Kampanye Politik.....	23
3. Media Sosial sebagai Alat Kampanye Politik	26

BAB III	29
METODE PENELITIAN.....	29
A. Desain Penelitian.....	29
B. Definisi Operasional.....	30
1. Strategi Kampanye Politik.....	30
2. Konten Islami yang digunakan dalam Kampanye Politik.....	31
3. Strategi Marketing Konten Tiktok dalam Kampanye Politik.....	32
C. Pengumpulan Data.....	33
D. Analisis Data	35
BAB IV	37
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
A. Gambaran Umum	37
1. Profil Akun Tiktok @aniesbaswedan.....	37
2. Profil Akun Tiktok @partaigerindra	38
3. Profil Akun Tikton @ganjarpranowo.....	39
B. Hasil Penelitian.....	40
1. Unggahan Konten Islami Tiktok @aniesbaswedan.....	40
2. Unggahan Konten Islami Tiktok @partaigerindra	50
3. Unggahan Konten Islami Tiktok @ganjarpranowo	51
C. Pembahasan	57
1. Kategori Konten Islami	57
2. Pengaplikasian Strategi <i>Political Marketing</i>	59
3. Strategi Pemasaran Konten Tiktok.....	61
BAB V.....	67
PENUTUP.....	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	69

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Jumlah unggahan akun Tiktok @aniesbaswedan selama kampanye ...	38
Tabel 4. 2 Jumlah unggahan akun Tiktok @partaigerindra selama kampanye	39
Tabel 4. 3 Jumlah unggahan akun Tiktok @ganjarpranowo selama kampanye ...	40
Tabel 4. 4 Unggahan konten islami pada akun Tiktok @aniesbaswedan	41
Tabel 4. 5 Unggahan konten islami pada akun Tiktok @ganjarpranowo	51
Tabel 4. 6 Kategori konten islami pada unggahan akun Tiktok para capres	58
Tabel 4. 7 Pengaplikasian Strategi Political Marketing	60
Tabel 4. 8 Penerapan Strategi Pemasaran Tiktok	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tangkapan layar akun official Tiktok @aniesbaswedan	5
Gambar 1. 2 Tangkapan layar akun official Tiktok @partaigerindra.....	5
Gambar 1. 3 Tangkapan layar akun official Tiktok @ganjarpranowo	5
Gambar 3. 1 Tangkapan layar salah satu laman konten kunjungan kepada tokoh agama Islam pada akun @aniesbaswedan	34
Gambar 3. 2 Tangkapan layar salah satu laman konten kunjungan kepada tokoh agama Islam pada akun @partaigerindra	34
Gambar 3. 3 Tangkapan layar salah satu laman konten kegiatan sholawatan daerah bersama tokoh habib pada akun @ganjarpranowo	35
Gambar 4. 1 Laman unggahan akun Tiktok @aniesbaswedan	37
Gambar 4. 2 Laman unggahan akun Tiktok @partaigerindra	38
Gambar 4. 3 Laman unggahan akun Tiktok @ganjarpranowo	39
Gambar 4. 4 Konten Kenalan Ulang Anies Episode 9, Edisi Khusus Story Time: Kegagalan.....	42
Gambar 4. 5 Konten kunjungan Anies dalam acara Maulid Nabi Muhammad dan Haul ke-3 Habib Muhammad bin Achmad Al-Athos di Masjid Ba'alawi Aceh...	44
Gambar 4. 6 Konten kunjungan Anies di Pondok Pesantren Ar-Risalah Lubuklinggau	46
Gambar 4. 7 Konten Anies menghadiri acara Milad ke-85 Darud Da'wah wal Irsyad bersama Bapak Jusuf Kalla	47
Gambar 4. 8 Konten Anies sedang berdialog bertemakan isu Islam.....	48
Gambar 4. 9 Konten video Prabowo mengenakan atribut peci.....	50
Gambar 4. 10 Konten video Ganjar berdialog mengenai ajaran Islam	51
Gambar 4. 11 Konten kunjungan Ganjar di daerah Wonosobo.....	52
Gambar 4. 12 Konten program gaji guru ngaji pada Tiktok @ganjarpranowo	53
Gambar 4. 13 Konten Ganjar Pranowo di ke pondok pesantren.....	54
Gambar 4. 14 Konten interaksi Ganjar bersama santri-santri pondok pesantren..	56
Gambar 4. 15 Views jutaan dari konten akun Tiktok @partaigerindra.....	63

Gambar 4. 16 Kelengkapan strategi marketing yang diterapkan dalam konten akun Tiktok @partaigerindra	64
Gambar 4. 17 Penerapan strategi pemasaran Tiktok pada konten @aniesbaswedan	65
Gambar 4. 18 Penerapan strategi pemasaran Tiktok pada konten @ganjarpranowo	66