

TEMA KAMPANYE PASANGAN CALON PRESIDEN 2024

**(Analisis Isi Pada Feed Instagram @prabowo.gibran.2 Pada Masa
Kampanye 2024)**

Disusun dan Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Malang Untuk Memenuhi Sebagian

Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Komunikasi (SI)



Oleh :

M. Afkar Rizqi Fatoni

202110040311109

Dosen Pembimbing :

Nasrullah, S. Sos. M. Si

FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Lembar Pengesahan

TEMA KAMPANYE PASANGAN CALON PRESIDEN 2024
(Analisis Isi Pada Feed Instagram @prabowo.gibran.2 Pada Masa Kampanye 2024)

Diajukan Oleh :

M. Afkar Rizqi Fatoni
202110040311109

Telah disetujui
Rabu, 3 Desember 2025

Pembimbing I


Nasrullah, S.Sos, M. Si

Wakil Dekan I

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi


Dr. Joko Susilo, M.Si


Novin Farid Styo Wibowo, S Sos, M. Si

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

M. Afkar Rizqi Fatoni




202110040311109

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Rabu, 3 Desember 2025
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Rahadi, M.Si** ()
2. **Arum Martikasari, M.Med. Kom** ()
3. **Nasrullah, S.Sos, M.Si** ()

Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik




Dr. Joko Susilo, M.Si

Lembar Persetujuan Skripsi



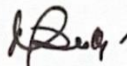
UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG




Lembar Persetujuan Skripsi

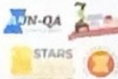
Nama : Mochammad Afkar Rizqi Fatoni
NIM : 202110040311109
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial & Ilmu Politik
Judul Skripsi : Tema Kampanye Pasangan Calon Presiden 2024 (Analisis Isi Pada Feed Instagram @prabowo gibran 2 Pada Masa Kampanye)

Disetujui,
Pembimbing


Nasrullah, S.Sos, M.Si.

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi


Novin Farid Setyo Wibowo, S. Sos, M. Si



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sulam No. 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 562 089

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 378 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

Surat Pernyataan Orisinalitas



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Mochammad Afkar Rizqi Fatoni
NIM : 202110040311109
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

Tema Kampanye Pasangan Calon Presiden 2024 (Analisis Isi Pada Feed Instagram @prabowo.gibran.2)

Adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 13 November 2025

Yang Menyatakan,



Mochammad Afkar Rizqi Fatoni



Kampus I
Jl. Bamdang 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 400 435

Kampus II
Jl. Pendungan Sulami No 166 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 110 (Hunting)
F: +62 341 562 003

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

Surat Keterangan Siap Diuji



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6 e/FISIP-UMM/XI/2025

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama	: Mochammad Afkar Rizqi Fatoni
No. Induk Mahasiswa	: 202110040311109
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Tema Kampanye Pasangan Calon Presiden 2024 (Analisis Isi Pada Feed Instagram @prabowo gibran.2 Pada Masa Kampanye)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang ,13 November 2025

Dosen Pembimbing

Nasrullah, S. Sos. M. Si



Kampus I
Jl. Bangung 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 480 435

Kampus II
Jl. Bendungan Butami No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 148 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 480 435
E. webmaster@umm.ac.id

Surat Keterangan Bebas Kuliah



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6 e/FISIP-UMM/XI/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Mochammad Afkar Rizqi Fatoni
NIM : 202110040311109
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester IX (9) tahun akademik 2025/ 2026 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 13 November 2025

a.n Dekan

Ketua Program Studi

Novin Farid Setyo Wibowo, S. Sos, M. Si



Kampus I
Jl. Bawendang 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 400 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No. 198 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tigomas No. 246 Malang Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

Lembar Persetujuan Deteksi Plagiasi

UMM
est. 1964

UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:

Tema Kampanye Pasangan Calon Presiden 2024

(Analisis Isi Pada Feed Instagram @prabowo gibran.2 Pada Masa Kampanye)

Oleh:

Nama : Mochammad Afkar Rizqi Fatoni

NIM : 202110040311109

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 13 November 2025

Dosen Pembimbing

Nasrullah, S. Sos. M. Si

NIP. 10303090338



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sulaimi No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 140 (Hunting)
F. +62 341 583 080

Kampus III
Jl. Raya Tigoman No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 404 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

Hasil Cek Plagiasi



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : M. Afkar Rizqi Fatoni

NIM : 202110040311109

Hasil Plagiasi : 19/11²⁵

BAB I	8			
BAB II	10			
BAB III	20			

BAB IV	6			
BAB V	0			
BAB VI	2			



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

M. Dasuki



Berita Acara Bimbingan Skripsi



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA PEMBIMBINGAN SKRIPSI

Nama Pelengkap : Mochammad Afkar Rizqi Fatoni
NIM : 202110040311109
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial & Ilmu Politik
Judul Penelitian : Tema Kampanye Pasangan Calon Presiden 2024 (Analisis Isi Pada Feed Instagram @prabowo.gibran.2)

Tanggal	Deskripsi Hasil Bimbingan Skripsi	Tanda Tangan
26/02/2024	Kelas bimbingan pertama Seminar Proposal	
09/03/2024	Pengajuan judul beserta bab 1,2,3	
23/03/2024	Persetujuan judul	
03/2024	Diskusi isi bab 1,2	
19/03/2024	Diskusi kerangka latar belakang dan bab 3	
17/05/2024	Revisi bab 1,2, & 3	
08/06/2024	Revisi referensi latar belakang	
22/06/2024	Diskusi seminar proposal	
16/11/2024	Seminar proposal	
12/12/2024	Konsultasi Definisi Konsep	
17/08/2025	Diskusi dan konsultasi bab 4,5	
24/09/2025	Revisi bab 4,5	
30/09/2025	Konsultasi bab 4,5,6, dan penyetujuan seminar hasil	
13/10/2025	Seminar hasil penelitian skripsi	
17/10/2025	Diskusi dari hasil penelitian skripsi	

Malang, 13 Oktober 2025
Dosen Pembimbing,

Nasrullah, S.Sos, M.Si



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 489 435
E. webmaster@umm.ac.id

Berita Acara Seminar Hasil



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL PROPOSAL SKRIPSI

Pada hari Senin, 13 Oktober 2025
Telah dilaksanakan Seminar Proposal Skripsi Oleh:

Nama Peneliti	Mochammad Afkar Rizqi Fatoni
NIM	202110040311109
Judul Skripsi	Tema Kampanye Pasangan Calon Presiden 2024 (Analisis Isi Pada Feed Instagram @prabowo.gibran.2)
Program Studi	Ilmu Komunikasi
Fakultas	Ilmu Sosial & Ilmu Politik
Dosen Pembimbing	Nasrullah, S.Sos, M.Si

Seminar proposal skripsi dilakukan secara daring melalui platform Zoom meeting dengan tautan <https://us06web.zoom.us/j/89592628385?pwd=HLa6mxNXrCPIWzYThVthIMomWUWD2b.1>.
Dihadiri oleh dosen pembimbing serta 17 mahasiswa dengan daftar hadir yang terlampir.
Penyajian seminar proposal skripsi dinyatakan **LULUS/TIDAK LULUS**.

Dosen Pembimbing,

Malang, 13 November 2025
Dosen Penguji,

Nasrullah, S.Sos, M.Si

Rahadi, M. Si

Mengetahui,
Kaprodi/Sekprodi Ilmu Komunikasi UMM.

Novin Farid Setyo Wibowo, S. Sos, M. Si



Kampus I
Jl. Bundering 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 521 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Berendang Salami No 168 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 597 060

Kampus III
Jl. Raya Tropicana No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 450 435
E: webmaster@umm.ac.id

Daftar Hadir Peserta Seminar Hasil



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL PROPOSAL PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

Nama : Mochammad Afkar Rizqi Fatoni
NIM : 202110040311009
Hari/Tanggal : Senin, 13 Oktober 2025
Pelaksanaan : Video Conference/ Zoom Meeting

No.	Nama	NIM
1.	Jenesis Tamara M.H Wanggai	21220021
2.	Asyarela Shekinah C.M	21033000051
3.	Uyyun Regia Fatva	212001091005
4.	Cici Alifiah Linggawati	165120100111046
5.	Fernando Keefedani	201910040311275
6.	Mochamad Yofi Alfansah	202010040311154
7.	Muhammad Brian Putra Barlian	202110040311459
8.	Miftakhul Ramadhansyah	202110040311049
9.	Bealuna Shary Inangda Nampira	202110040311022
10.	Setyawan Bintang Wahyu Sulistyanto	202110370311082
11.	Dimas Rayditya Pramana Putra	202110040311216
12.	Muhammad Andi Almadani	202110040311017
13.	Zuhriah R. Rumaday	202110040311009
14.	Nova Anggraini	202110040311130
15.	yayuk septyani	202110040311014
16.	Adelia Asrianti	202110040311311
17.	Ana Fitriyana	202110040311011

Malang, 14 September 2025

Dosen Pembimbing,

Nasrullah, S.Sos, M.Si



Kampus I
Jl. Bendung I Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 311 483 435
E. webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK

M. Afkar Rizqi Fatoni. NIM 202110040311109. Tema Kampanye Pasangan Calon Presiden 2024 (Analisis Isi Pada Feed Instagram @prabowo.gibran.2 Pada Masa Kampanye). Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang. Dibimbing oleh Nasrullah, M. Si

Pada pemilu 2024 media sosial memiliki peran penting dalam melakukan kampanye digital, khususnya Instagram, karena banyak digunakan oleh generasi Z dan milenial sebagai pemilih dominan pada kontestasi pemilu 2024. Hal ini mendorong pasangan calon politik untuk memanfaatkan Instagram sebagai media dalam menyebarkan pesan kampanye politik. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana konten kampanye pasangan calon Prabowo-Gibran mengikuti tema debat KPU pada setiap periode sebelum dan sesudah debat. Tujuan penelitian adalah menganalisis kesesuaian agenda kampanye yang dilakukan pasangan calon dengan agenda debat KPU.

Penelitian ini menggunakan teori agenda setting yang menjelaskan bagaimana media maupun aktor politik dapat mempengaruhi fokus isu publik. Agenda setting tidak bersifat linear, melainkan terbentuk dari interaksi agenda media, agenda publik, dan agenda aktor politik. Analisis isi dipilih sebagai pendekatan dengan mengklasifikasikan postingan kampanye sesuai kategori tema debat yang ditetapkan KPU. Dengan begitu, penelitian ini berupaya menjelaskan dinamika komunikasi politik dalam ruang digital, khususnya Instagram, pada masa kampanye pemilu presiden 2024.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode analisis isi. Unit analisis berupa postingan pada akun Instagram resmi pasangan calon Prabowo-Gibran yaitu @prabowogibran.2 pada periode kampanye, dikategorikan ke dalam tema debat KPU. Teknik pengumpulan data dilakukan secara dokumentasi, sedangkan validitas data diuji menggunakan reliabilitas intra-coder melalui pengkodean 2 orang coder.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa postingan kampanye tidak selalu berfokus pada tema debat yang sedang berlangsung, melainkan tersebar pada berbagai tema sesuai strategi penyebaran pesan kampanye yang dilakukan paslon. Temuan ini menegaskan bahwa agenda kampanye tidak sepenuhnya mengikuti agenda debat, melainkan menampilkan isu-isu prioritas tertentu. Sehingga tim kampanye tidak selalu mengikuti agenda media dalam hal ini KPU tetapi paslon sebagai aktor politik juga memiliki agenda mereka sendiri. Temuan ini mendukung pandangan agenda setting bahwa aktor politik juga memiliki agenda tersendiri dalam membingkai isu, bukan hanya mengikuti agenda media.

Kata Kunci: *Kampanye politik, Instagram, Analisis Isi, Debat Pilpres, Agenda Setting*

Malang, 2 Oktober 2025

Dosen Pembimbing



Nasrullah, S Sos, M.Si

Peneliti



M. Afkar Rizqi Fatoni

ABSTRACT

In the 2024 presidential election, social media played a significant role in digital campaigning, particularly Instagram, which is widely used by Generation Z and millennial voters as the dominant voting group. This condition encouraged political candidates to utilize Instagram as a medium to disseminate political campaign messages. This study aims to examine the extent to which the campaign content of the Prabowo–Gibran candidate pair aligned with the debate themes set by the Indonesian General Elections Commission (KPU) during the periods before and after each debate. The objective of this research is to analyze the compatibility between the campaign agenda carried out by the candidate pair and the agenda of the KPU debates.

This study applies agenda-setting theory, which explains how media and political actors influence the focus of public issues. Agenda setting is not linear but emerges from interactions among media agendas, public agendas, and political actor agendas. Content analysis was selected as the approach by classifying campaign posts according to the debate themes established by the KPU. Through this approach, the study seeks to explain the dynamics of political communication in the digital sphere, particularly on Instagram during the 2024 presidential campaign period.

This research employs a descriptive quantitative approach using content analysis. The unit of analysis consists of posts on the official Instagram account of the Prabowo–Gibran candidate pair (@prabowogibran.2) during the campaign period, which were categorized into the KPU debate themes. Data were collected through documentation, and data validity was tested using intra-coder reliability with two coders.

The results indicate that the campaign posts did not always focus on the ongoing debate themes but were distributed across various themes according to the candidate's message dissemination strategy. These findings affirm that the campaign agenda does not fully follow the debate agenda but rather highlights selected priority issues. Therefore, the campaign team does not solely follow the media agenda—in this case, the KPU—but the candidates, as political actors, also possess their own agenda. These findings support the agenda-setting perspective that political actors play an active role in framing issues, rather than merely following the media agenda.

Keywords: Political Campaign, Instagram, Content Analysis, Presidential Debate, Agenda Setting

Malang, 2 October 2025

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Tema Kampanye Pasangan Calon Presiden 2024 (Analisis Isi Pada Feed Instagram @prabowo.gibran.2 Pada Masa Kampanye 2024)”. Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar S1 program studi Ilmu komunikasi UMM.

Penulis menyadari dalam menyusun skripsi ini mendapat banyak dukungan, bimbingan, bantuan, dan kemudahan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

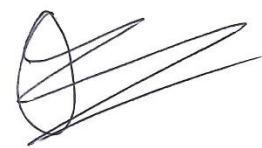
1. Allah SWT atas segala Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan lancar.
2. Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan umat islam, yang ajarannya menjadi cahaya dan petunjuk dalam menjalani kehidupan termasuk dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Kedua kakak saya, Achmad Mustofa dan Achmad Muslichin yang memberikan dukungan moral dan material, terutama bantuan finansial yang memungkinkan saya menyelesaikan studi sebagai sarjana Ilmu Komunikasi.
4. Nenek tercinta, Umik Hj. Hamdiah yang tidak berhenti mendoakan dan memberikan semangat penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan hingga mendapat gelar sarjana Ilmu Komunikasi.
5. Bapak dan Ibu tercinta, Bapak Mahrus dan Ibu Rofika. Dua orang yang sangat berjasa dalam hidup penulis. Terima kasih atas doa, cinta, kepercayaan, dan segala bentuk yang telah diberikan, sehingga penulis merasa terdukung di segala keputusan dan pilihan yang diambil oleh penulis.
6. Untuk perempuan terhebat saya, Dewi Intan Rahmadita. Seseorang yang selalu menemani saya dalam keadaan suka maupun duka, yang selalu sabar mendukung saya terus maju dan berani dalam menyelesaikan skripsi ini, mendengarkan keluh kesah saya, dan selalu memberikan dukungan kepada saya. Terima kasih karena sudah bersedia menemani dan mendukung saya hingga detik ini. Terima kasih karena telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis.
7. Untuk seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, sahabat penulis, Zuhriah Rimanizza Rumaday dan Renata Rendi Theodora. Terima kasih karena selalu menyediakan tempat istirahat setelah menjalani proses bimbingan skripsi serta berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

8. Untuk Teman- Teman saya yang tergabung dalam kelompok Naradipta. Terimakasih telah menemani saya, membimbing saya dan menyemangati saya selama ini. Terimakasih telah menjadi bagian bahagia dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, SE, M.Si, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
10. Bapak Dr. Fauzik Lendriyono, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
11. Bapak Novin Farid Styo Wibowo, S.Sos, M.Si, selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.
12. Bapak Nasrullah, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah berkenan untuk meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing dan memberikan arahan selama proses penyusunan hingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulisan tugas akhir ini.
14. Terakhir, kepada diri saya sendiri terima kasih banyak telah berjuang sejauh ini dan memilih untuk tidak menyerah dalam melewati kondisi apapun, saya bangga pada diri saya sendiri bisa menyelesaikan skripsi ini dengan semua lika-liku kehidupan yang ada.

Akhir kata, penulis hanya berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan menjadi sumbangan nyata bagi pihak yang memerlukannya.

Malang, 2025

Penulis,

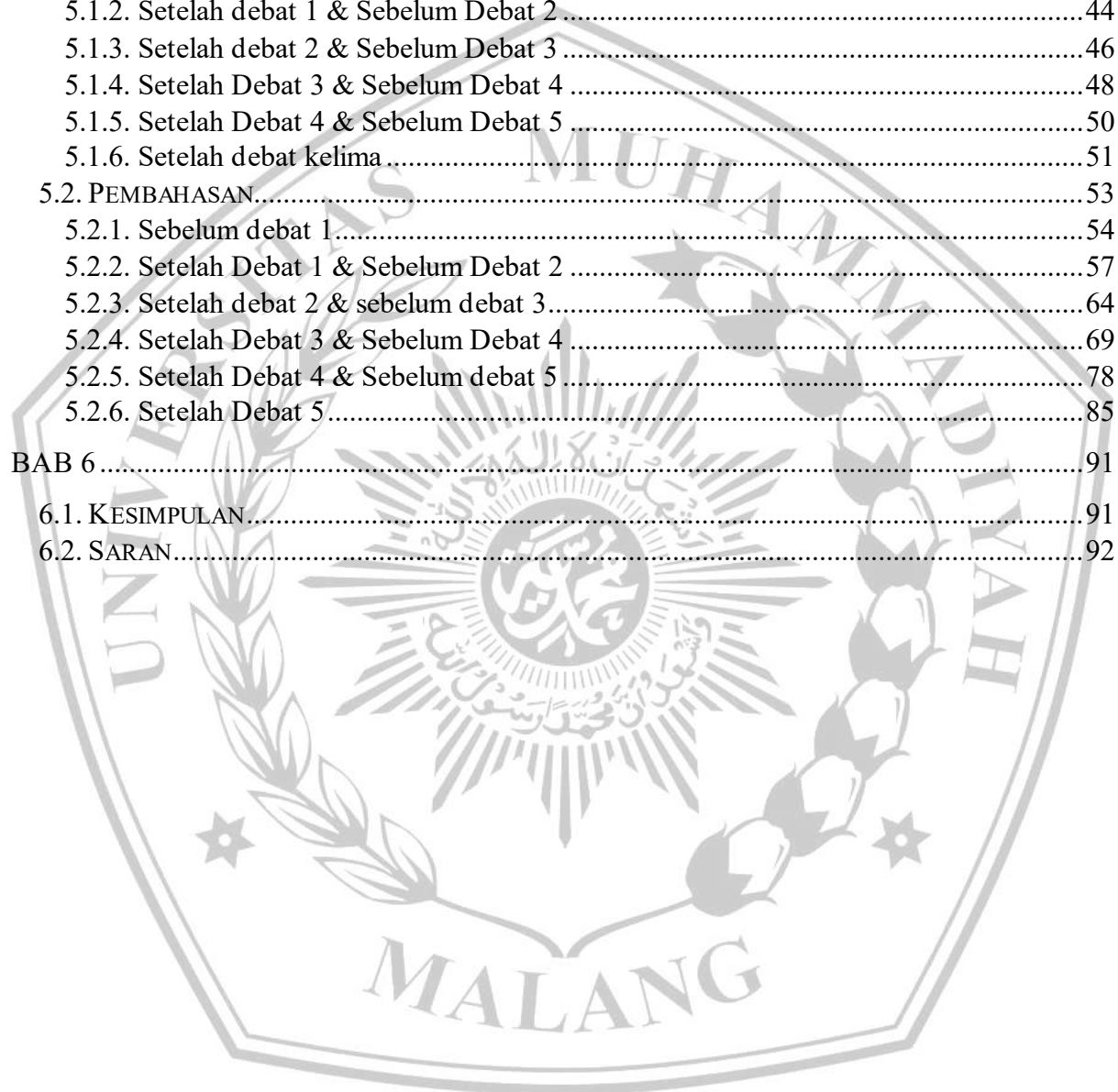


M. Afkar Rizqi Fatoni

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	I
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	IV
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI	V
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH.....	VI
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	VII
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....	IX
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	X
DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL.....	XI
KATA PENGANTAR	XIV
DAFTAR TABEL.....	XVIII
DAFTAR GAMBAR.....	XIX
BAB 1.....	1
1.1. LATAR BELAKANG.....	1
1.2. RUMUSAN MASALAH	7
1.3. TUJUAN PENELITIAN.....	7
1.4. KEGUNAAN PENELITIAN.....	7
1.4.1. Kegunaan Teoritis.....	7
1.4.2. Kegunaan Praktisi.....	7
1.5. PENELITIAN TERDAHULU	7
BAB 2.....	10
2.1. KOMUNIKASI POLITIK DI MEDIA SOSIAL.....	10
2.1.1. Definisi Komunikasi Politik.....	10
2.1.2. Kampanye Digital.....	12
2.2. MEDIA SOSIAL INSTAGRAM.....	14
2.3. ANALISIS ISI.....	15
2.3.1. Analisis Isi Kuantitatif.....	19
2.4. TEORI AGENDA SETTING.....	23
2.5. DEFINISI KONSEP.....	25
BAB 3.....	27
3.1. PARADIGMA PENELITIAN.....	27
3.2. PENDEKATAN PENELITIAN.....	27
3.3. TIPE DAN DASAR PENELITIAN	28
3.4. RUANG LINGKUP PENELITIAN	28
3.5. STRUKTUR KATEGORI	28
3.6. UNIT ANALISIS DAN SATUAN UKUR.....	30
3.7. SUMBER DATA PENELITIAN.....	30
3.8. TEKNIK PENGUMPULAN DATA	31
3.9. UJI RELIABILITAS DAN VALIDITAS.....	32

BAB 4	33
4.1. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	33
4.2. PROFIL INSTAGRAM.....	35
4.3. PROFIL AKUN INSTAGRAM @PRABOWO.GIBRAN2.....	36
BAB 5	38
5.1. DESKRIPSI HASIL PENELITIAN.....	38
5.1.1. Sebelum Debat 1	42
5.1.2. Setelah debat 1 & Sebelum Debat 2	44
5.1.3. Setelah debat 2 & Sebelum Debat 3	46
5.1.4. Setelah Debat 3 & Sebelum Debat 4	48
5.1.5. Setelah Debat 4 & Sebelum Debat 5	50
5.1.6. Setelah debat kelima	51
5.2. PEMBAHASAN.....	53
5.2.1. Sebelum debat 1.....	54
5.2.2. Setelah Debat 1 & Sebelum Debat 2	57
5.2.3. Setelah debat 2 & sebelum debat 3.....	64
5.2.4. Setelah Debat 3 & Sebelum Debat 4	69
5.2.5. Setelah Debat 4 & Sebelum debat 5	78
5.2.6. Setelah Debat 5	85
BAB 6	91
6.1. KESIMPULAN.....	91
6.2. SARAN.....	92



Daftar Tabel

Tabel 3.1 Hasil Penelitian	31
Tabel 5.1 Hasil Penelitian Total Populasi	38
Tabel 5.2 Hasil Penelitian Total Sampel.....	40
Tabel 5.3 Hasil Penelitian Detail Total Sampel.....	41
Tabel 5.4 Kategori debat 1	54
Tabel 5.5 Kategori Tema Debat 1 & Tema Debat 2	57
Tabel 5.6 Tema Debat 1	58
Tabel 5.7 Tema Debat 2.....	62
Tabel 5.8 Kategori Tema Debat 2 & Tema Debat 3	65
Tabel 5.9 Tema Debat 2.....	65
Tabel 5.10 Tema Debat 3.....	67
Tabel 5.11 Kategori Tema Debat 3 & Tema Debat 4	70
Tabel 5.12 Tema Debat 3.....	72
Tabel 5.13 Tema Debat 4.....	76
Tabel 5.14 Kategori Tema Debat 4 dan Debat 5.....	78
Tabel 5.15 Tema Debat 4.....	79
Tabel 5.16 Hasil Tema Debat 5	83
Tabel 5.17 Tema Debat 5.....	85

Daftar Gambar

Gambar 4.1 Profil Akun @prabowo.gibran2	37
Gambar 5.1 Diagram Periode Sebelum Debat 1	42
Gambar 5.2 Diagram Periode Setelah Debat 1 & Sebelum Debat 2	44
Gambar 5.3 Diagram Periode Setelah Debat 2 & Sebelum Debat 3	46
Gambar 5.4 Diagram Periode Setelah Debat 3 & Sebelum Debat 4	48
Gambar 5.5 Diagram Periode Setelah Debat 4 & Sebelum Debat 5	50
Gambar 5.6 Diagram Periode Setelah Debat 5	51
Gambar 5.7 Contoh Postingan Tema Debat 1	56
Gambar 5.8 Contoh Postingan Tema Debat 1	61
Gambar 5.9 Contoh Postingan Tema Debat 2	63
Gambar 5.10 Contoh Postingan Tema Debat 2	66
Gambar 5.11 Contoh Postingan Tema Debat 3	69
Gambar 5.12 Contoh Postingan Tema Debat 3	74
Gambar 5.13 Contoh Postingan Tema Debat 3	75
Gambar 5.14 Contoh postingan Tema Debat 4	77
Gambar 5.15 Contoh Postingan Tema Debat 4	82
Gambar 5.16 Contoh Postingan Tema Debat 5	84
Gambar 5.17 Contoh Postingan Tema Debat 5	87

Daftar Pustaka

- Abidin, Z., & Husnah, S. (2023). Political Communication Strategy of the Indonesian Labor Party in the Campaign for Labor Rights. *ARRUS Journal of Social Sciences and Humanities*, 3(6), 827–836. <https://doi.org/10.35877/soshum2333>
- Andary, R. W., & Lubis, K. (n.d.). *GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan PERAN MEDIA SOSIAL DALAM KOMUNIKASI POLITIK*.
- Angar, N. M., Madubun, J., & Tehuayo, J. (2021). Startegi Pemenangan Partai Golongan Karya Pada Pemilihan Kepada Daerah Kabupaten Seram Bagian Timur Tahun 2020. *Journal of Government Science Studies*, 1, 1. <https://ojs3.unpatti.ac.id/>
- Anshari Staff Pengajar STT PLN Jakarta, F. (2013). *Komunikasi Politik di Era Media Sosial* (Vol. 8, Issue 1).
- Astari, N. (2021). Sosial Media Sebagai Media Baru Pendukung Media Massa untuk Komunikasi Politik dalam Pengaplikasian Teori Agenda Setting: Tinjauan Ilmiah pada Lima Studi Kasus dari Berbagai Negara. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 131–142. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.190>
- Bidin Rosidin, A., Abdul Hamid, dan, & Universitas Paramadina Jakarta, P. (2020). MEDIA ONLINE DAN KERJA DIGITAL PUBLIC RELATIONS POLITIK PEMERINTAH PROVINSI DKI JAKARTA. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(2), 164–174.
- Buku Metode Penelitian Komunikasi*. (n.d.).
- Buku pak muslimin*. (n.d.).
- Devi Ananda Sari_B01217012*. (n.d.).
- Efendi, E., Pulungan, W., & Nadia Ritonga, P. (n.d.). *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcast ing Komunikasi yang Terjadi Dalam Konteks Ruang dan Waktu*. <https://doi.org/10.47476/dawatuna.v3i4.3185>
- Fadlila Siregar, R., & Rifqi Umar, M. (n.d.). *Analisis Isi Komentar Netizen Pada Kanal YouTube @Akbarfaizaluncensored Ditinjau dari Perspektif Komunikasi Politik*. 02(04), 1238–1244. <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jiksp/index>

Filimonov, K., Russmann, U., & Svensson, J. (2016). Picturing the Party: Instagram and Party Campaigning in the 2014 Swedish Elections. *Social Media and Society*, 2(3). <https://doi.org/10.1177/2056305116662179>

Hendriyani, H. (2017). Analisis Isi: Sebuah Pengantar Metodologi yang Mendalam dan Kaya dengan Contoh. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 2(1). <https://doi.org/10.7454/jki.v2i1.7832>

[III.A.1.a.2.10] *FullBook Metodologi Penelitian Ilmiah*. (n.d.).

Jurnal_Heriyanto. (n.d.).

Kalsnes, B. (2016). The Social Media Paradox Explained: Comparing Political Parties' Facebook Strategy Versus Practice. *Social Media and Society*, 2(2). <https://doi.org/10.1177/2056305116644616>

Komunikasi_Politik_Kajian_Substansial_Da. (n.d.).

Kunci, K., Pesan, :, Hitam, K., Isi, A., Gubernur, U., Barat, J., Octarina, L., & Kharisma Nasionalita, D. (2019). Pesan Kampanye Hitam dalam Media (Analisis Isi Kuantitatif pada Tayangan Debat Publik Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat 2018) Black Campaign Message in the Media (Quantitative Content Analysis on Public Debate Shows West Java Governor and Deputy Governor Election 2018). *Channel Jurnal Komunikasi*, 7(1), 79–88. <http://journal.uad.ac.id/index.php/CHANNEL>

Lacy, S. (n.d.). *Analyzing Media Messages*. <https://www.routledge.com/Routledge->

Malik, A., Aris, D., Nugroho, D., Sulthan, I., Saifuddin, T., & Alamat, J. (2016). MENUJU PARADIGMA PENELITIAN SOSIOLOGI YANG INTEGRATIF. In *Menuju Paradigma Penelitian Sosiologi yang Integratif Sosiologi Reflektif* (Vol. 10, Issue 2).

Mardana, G. (2010). KOMUNIKASI POLITIK DI MEDIA MASSA (Analisis Framing Berita Kampanye Pasangan Calon Gubernur Jawa Timur Selama Masa Kampanye Putaran I di Harian Jawa Pos, Surya, Bhirawa, dan Duta Masyarakat). In *Jurnal Komunikasi Massa* (Vol. 3, Issue 2).

Normansyah, E. W. (n.d.). *Strategi Kampanye Politik di Media Sosial: Analisis Konten Instagram "Diary Ning Ais."* <http://Jiip.stkipyapisdompu.ac.id>

Ode Mudiani SMAN, W., Poros Gang Jilabu, J., Mawi, L., Sel, W.-W., Wakatobi, K., & Tenggara, S. (n.d.). Persepsi Pemilih Pemula Terhadap Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Kampaye Pada Pemilu 2024. *Journal on Education*, 06(01), 3273–3278.

Pengantar Komunikasi Politik. (n.d.).

Putri, N. S., Hidayat, H., & Romli, R. C. (2021). Isu Dinasti Politik pada Pilkada Serentak 2020 di Media Daring: Analisis Isi Pemberitaan Kompas.com. *Jurnal Studi Jurnalistik*, 3(2), 98–112. <https://doi.org/10.15408/jsj.v3i2.22988>

Safitri, E. Y., Nurnawati, D., Hastuti, H., & Si, M. (n.d.). *Persepsi Followers dalam Media Sosial Tiktok Terhadap Akun @Mas Dolan Sebagai Media Referensi Wisata (Studi Kualitatif pada followers di wilayah karanganyar) Perception of Followers in Tiktok Social Media towards @Mas Dolan Account as a Tourism Reference Media (Qualitative Study on followers in the Karanganyar area)*.

Shaffira, N., Dharmayanti, N. P. G., Gantira, M., Rahmani, M. F. S., & Syaifuddin, M. (2024). Analisis bibliometrik: Perkembangan penelitian agenda setting dan political communication. *Comdent: Communication Student Journal*, 2(1), 100–119. <https://doi.org/10.24198/comdent.v2i1.54407>

Studi, P., & Komunikasi, I. (n.d.). *PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG AKSI BORONG PARTAI POLITIK PADA PILKADA KABUPATEN SERANG SKRIPSI Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Pada Konsentrasi Public Relations*.

Sutarna, I. T., Subandi, A., & Zitri, I. (2023). Pendidikan Politik Untuk Pemilih Pemula: Inisiatif Untuk Integritas Pemilu Political Education for Novice Voters: Electoral Integrity Initiative. 3(1), 38–46. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/transformasi/index>

Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (n.d.). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @HUMASBDG TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS. *Jurnal Common* |, 5. <https://doi.org/10.34010/common>

Weninggalih, L., Fuady, M., & Bandung, I. (n.d.). *Hubungan Kampanye Politik Calon Presiden 2019 melalui Media Sosial Instagram dengan Keputusan Memilih Mahasiswa Indonesia di Thailand*. <https://doi.org/10.29313/.v0i0.7106>

Yanti, E., Program, R., Komunikasi, S., Islam, P., Dakwah, F., & Komunikasi, D. (2018). Teori Agenda Setting dalam Ilmu Komunikasi Theory of Setting Agenda in Communication Science. *SIMBOLIKA*, 4(1). <http://ojs.uma.ac.id/index.php/simbolika>

Yasser, G., Uin, A., & Banjarmasin, A. (2018). *Membongkar Isi Pesan dan Media dengan Content Analysis* (Vol. 17, Issue 33).
<http://images.andamawara.multiply.Multiplycontent.com/attachment/0>

