

202210040311170
Hernando Yoga Pratama
Prodi Ilmu Komunikasi

STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL TIM MEDIA DALAM PEMBENTUKAN
CITRA POLITIK PADA AKUN TIKTOK @ZULMUBARROK

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi



PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

202210040311170
Hernando Yoga Pratama
Prodi Ilmu Komunikasi

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

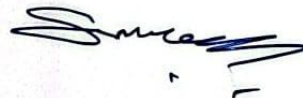
**STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL TIM MEDIA DALAM PEMBENTUKAN
CITRA POLITIK PADA AKUN TIKTOK @ZULMUBARROK**

Diajukan Oleh :

Hernando Yoga Pratama
202210040311170

Telah disetujui
Rabu, 24 Juni 2026

Pembimbing I



Sugeng Winarno, S. Sos, MA

Wakil Dekan I



Dr. Joko Susilo, M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Novin Farid Styowibowo, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Hernando Yoga Pratama
202210040311170

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Rabu, 24 Juni 2026
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.Med.Kom ()
2. Moch Fuad Nasvian, S.I.Kom., M.I.Kom ()
3. Sugeng Winarno, S. Sos, MA ()

Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Joko Susilo, M.Si.

SURAT PERYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

SURAT PERYATAAN



Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Hernando Yoga Pratama
NIM : 202210040311170
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 :
STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL TIM MEDIA DALAM PEMBENTUKAN CITRA
POLITIK PADA AKUN TIKTOK @ZULMUBARROK

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, 15 Juni 2026
Yang Menyatakan,



Hernando Yoga Pratama



Kampus I
Jl. Bendungan I Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 252 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sukani No 158 Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 682 000

Kampus III
Jl. Raya Thompson No 248 Malang Jawa Timur
P. +62 341 404 318 (Hunting)
F. +62 341 403 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN SIAP UJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.c/

/FISIP-UMM/III/2026

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Hernando Yoga Pratama
No. Induk Mahasiswa : 202210040311170
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL TIM MEDIA DALAM
PEMBENTUKAN CITRA POLITIK PADA AKUN TIKTOK
@ZULMUBARROK

STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL TIM MEDIA DALAM PEMBENTUKAN CITRA
POLITIK PADA AKUN TIKTOK @ZULMUBARROK

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

Malang, 15 Juni 2026
Dosen Pembimbing

Sugeng Winarno, S. Sos, MA



Kampus I
Jl. Bawakiri 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 222 (Hunting)
F: +62 341 551 222

Kampus II
Jl. Bawakiri 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 140 (Hunting)
F: +62 341 551 140

Kampus III
Jl. Raya Tuguas No 249 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 219 (Hunting)
F: +62 341 464 219
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/

/FISIP-UMM/III/2026

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

NAMA : Hernando Yoga Pratama

NIM : 202210040311170

POGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

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

Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 15 Juni 2026

Ketua Program Studi

Novin Farid Styowibowo, M.Si



Kampus I
Jl. Blandong 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 293 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Blandong Bulak No 158 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 140 (Hunting)
F: +62 341 582 000

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

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Hernando Yoga Pratama
No. Induk Mahasiswa : 202210040311170
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL TIM MEDIA DALAM
PEMBENTUKAN CITRA POLITIK PADA AKUN TIKTOK
@ZULMUBAROK

Disetujui,

Pembimbing

Sugeng Winarno, S. Sos, MA

Mengetahui,

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Novin Farid Styowibowo, M.Si



Kampus I

Jl. Bendungan 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sudani No 150 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 521 149 (Hunting)
F: +62 341 562 003

Kampus III

Jl. Raya Thugyanas No 240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 400 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29
TENTANG
PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/ ~~TESIS~~ DISERTASI DENGAN JUDUL:

STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL TIM MEDIA DALAM PEMBENTUKAN CITRA
POLITIK PADA AKUN TIKTOK @ZULMUBARROK

Oleh :

Nama : Hernando Yoga Pratama
Nim : 202210040311170

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,
Malang, 15 Juni 2026
Pembimbing I/Promotor

Sugeng Winarno, S. Sos, MA
NIP. 1039911035A



(*) Coret yang tidak perlu

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

Kampus II
Jl. Bunderungan Sutomo No 15A Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Thoyyib No 240 Malang Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Hernando Yoga Pratama
NIM : 202210040311170

Hasil Plagiasi: 3/6 0/6

BAB I	6			
BAB II	3			
BAB III	24	11		

BAB IV	6			
BAB V	1			
BAB VI	3			

Malang, 8 Juni 2026
Admin Plagiasi Prodi,



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



202210040311170

Hernando Yoga Pratama

Prodi Ilmu Komunikasi

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

- 1 Nama : Hernando Yoga Pratama
- 2 Nim : 202210040311170
- 3 Jurusan : Ilmu Komunikasi
- 4 Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
- 5 Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL TIM MEDIA DALAM PEMBENTUKAN CITRA POLITIK PADA AKUN TIKTOK @ZULMUBARROK
- 6 Dosen Pembimbing : Sugeng Winarno, S. Sos, MA
- 7 Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
6 Oktober 2025	Pengajuan Fenomena / Topik Penelitian	
19 November 2025	Pengajuan bab I-III	
1 Desember 2025	Acc Bab I-III	
12 Desember 2025	Seminar Proposal	
26 Januari 2026	Pengajuan Bab IV-V	
2 Juni 2026	Acc Bab VI-V	
15 Juni 2026	Seminar Hasil	

Malang, 15 Juni 2026

Dosen Pembimbing

Sugeng Winarno, S. Sos, MA



Kampus I
Jl. Burdjarung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 252 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sultan No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 140 (Hunting)
F. +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI

Pada Hari : Senin

Tanggal : 15 Juni 2026

Telah Dilaksanakan Seminar Hasil oleh :

1	Nama	: Hernando Yoga Pratama
2	Nim	: 202210040311170
3	Jurusan	: Ilmu Komunikasi
4	Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5	Judul Skripsi	: STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL TIM MEDIA DALAM PEMBENTUKAN CITRA POLITIK PADA AKUN TIKTOK @ZULMUBARROK
6	Dosen Pembimbing	: Sugeng Winarno, S. Sos, MA
7	Dosen Penguji	: Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.Med.Kom

Seminar hasil dilakukan secara daring/online melalui platform Zoom Meeting dengan tautan link <https://us06web.zoom.us/j/84402885948?pwd=ZPcVHAEdrrg1r12ytorKohoRhhFTvJ.1>

Dihadiri oleh dosen pembimbing, dan dosen penguji dan 18 mahasiswa dengan daftar hadir terlampir. Penyajian seminar hasil dinyatakan LULUS.

Dosen Pembimbing

Malang, 15 Juni 2026

Dosen Penguji

Sugeng Winarno, S. Sos, MA

Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.Med.Kom

Mengetahui,
Ketua Pogram Studi Ilmu Komunikasi

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



Kampus I
Jl. Bawakong 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 252 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bembungan Sukani No 148 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 140 (Hunting)
F. +62 341 567 000

Kampus III
Jl. Raya Tugu No 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 454 310 (Hunting)
F. +62 341 453 435
E. webmaster@umm.ac.id

LAMPIRAN DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



LAMPIRAN DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL

NO	NAMA	NIM	KETERANGAN
1	Rajendra Dwipa Adiyatma	202310040311360	Ilmu Komunikasi
2	Mahesa Bima Putra	202210040311085	Ilmu Komunikasi
3	Kafi Rijal Afifudin	202410160110562	Manajemen
4	Shaleena Ildien Marinda	202210040311148	Ilmu Komunikasi
5	Deswita Maharani	202210040311183	Ilmu Komunikasi
6	Hanif Hisyam	202210040311144	Ilmu Komunikasi
7	Fauzan Satria Hibrizi	202210040311209	Ilmu Komunikasi
8	Firnanda Yoga Pratama	202210040311053	Ilmu Komunikasi
9	Bagus Mahardhika Putra	202210210311085	Agribisnis
10	M. Fuad Zein	202210230311247	Psikologi
11	Ahmad Yusuf Arifiyanto Aziz	202210040311401	Ilmu Komunikasi
12	Farizan Akbar Hafizhuddin	202210040311158	Ilmu Komunikasi
13	Manzila Nurul Istiqomah	202210040311402	Ilmu Komunikasi
14	Wahyu Egi Pratama	202110040311166	Ilmu Komunikasi
15	Ahmad Haikal Afkar	202210040311264	Ilmu Komunikasi
16	Vickey Wahyuneng Tiyas	202210040311102	Ilmu Komunikasi
17	Hafis Rahman	202210040311178	Ilmu Komunikasi
18	Muhammad Nasrullah Akbar	202210040311140	Ilmu Komunikasi



Kampus I
Jl. Rumbung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 252 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Rembulan Bukari No 108 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 587 000

Kampus III
Jl. Raya Prognosis No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 403 435
E: webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK

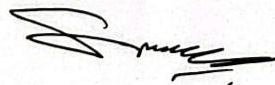
Abstrak

Media sosial kini tengah menjadi arena politik panggung bermain peran, bagi semua lapisan. Banyak sekali yang menyoroti dinamika politik hari ini melalui layar kaca televisi dan gawai, entah benar atau tidak semua menjadi satu tayangan yang disebar luaskan, bukan hanya di pemangku kepentingan tingkat nasional saja yang membentuk tim bahkan menggunkan konsultan media sosial yang berskala besar. Kali ini pemimpin daerah tingkat Kabupaten juga melakukan hal yang sama. Namun sudah banyak penelitian yang menjelaskan terkait dengan konten yang sudah matang dan jadi tetapi tidak mengambil fokus pada tim dibalik layarnya, terkait dengan bagaimana proses tim dalam merancang strateginya. Adanya hal ini yang membuka celah pintu masuk bagi peneliti untuk menganalisis strategi komunikasi tim digital media zulham dalam proses pembentukan konten citra politik melalui platform TikTok. @zulmubarrok. Proses kualitatif dengan pengumpulan data melalui teknik wawancara bersama subjek penelitian yaitu tim media zulham, observasi melalui akun TikTok, serta dokumentasi sumber data yang diperlukan.

Penelitian ini menggunakan teori Strategic Communication Theory dari Hallahan et al (2007). dan Impression Management Theory (Goffman). Kedua teori ini saling melengkapi serta menyesuaikan dengan perkembangan media digital yang saat ini menjadi arena ruang bertransformasi. Hasil dari penelitian ini menemukan tiga temuan yaitu pertama strategi digital yang adaptif melalui kombinasi dari perencanaan dan improvisasi. Kedua memiliki tampilan konten yang autentik, relevan serta micro narrative yang berfungsi untuk meningkatkan kedekatan engagement dengan menyesuaikan target audiens. Ketiga mempraktikkan impression Management yang membantu membentuk citra politisi sebagai figure yang responsif, humanis dan kredibel. Penelitian ini yang terpenting adalah memiliki strategi serta ciri khas untuk kedalaman pemahaman terhadap audiens lokal, konsistensi citra, kemampuan merespons umpan balik publik secara adaptif, dan keberanian untuk memilih pendekatan autentik daripada komunikasi politik formal yang kaku.

Kata kunci : *Komunikasi Politik Digital, Impression Management, Strategi Komunikasi, Media Sosial Arena Politik, Citra Politik*

Dosen Pembimbing



Sugeng Winarno, S. Sos, MA

Malang, 15 Juni 2026

Peneliti



Hernando Yoga Pratama

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat, karunia, serta kemudahan yang diberikan-Nya, peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan judul *“Strategi Komunikasi Digital Tim Media Dalam Pembentukan Citra Politik Pada Akun Tiktok @Zulmubarrok”*. Tugas akhir skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing umat manusia dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang dengan ilmu pengetahuan.

Semoga keteladanan beliau senantiasa menjadi pedoman dalam menuntut ilmu dan berkarya. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki peneliti. terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, doa, dan dukungan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Kepada Allah SWT, atas segala kemudahan, kekuatan, dan petunjuk yang selalu diberikan di setiap langkah penyusunan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Bapak Novin Farid Styowibowo, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Kepada dosen penguji Bapak Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.Med.Kom dan Bapak Moch Fuad Nasvian, M.I.Kom, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kesediaan waktu, kesabaran, serta perhatian yang diberikan dalam menguji dan menelaah penelitian ini. Segala kritik, saran, dan masukan konstruktif yang Bapak berikan sangat mendidik dan membuka cakrawala berpikir peneliti demi kesempurnaan skripsi ini ke depannya.

5. Kepada Dosen pembimbing Bapak Sugeng Winarno, S. Sos, MA peneliti menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang tak terhingga. Terima kasih atas kesabaran, waktu yang telah diluangkan, serta ilmu dan bimbingan berharga yang telah diberikan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini selesai. Arahkan dan kritik membangun dari Bapak tidak hanya membantu menyelesaikan tugas akhir ini, tetapi juga menjadi pelajaran berharga bagi masa depan peneliti.
6. Kepada kedua orang tua, peneliti terimakasih sudah banyak memberikan dukungan, doa serta pengorbanan yang tidak ternilai demi pendidikan. Setiap dukungan yang diberikan menjadi alasan bagi peneliti untuk terus bertahan hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
7. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bude, Pakde, dan Mbak Alpin, Jiji atas doa, perhatian, serta dukungan yang senantiasa diberikan kepada penulis selama menempuh pendidikan hingga proses penyusunan skripsi ini. Dukungan tersebut menjadi penyemangat ketika penulis mulai lelah.
8. Penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh jajaran Sekretariat DPRD Kabupaten Malang, khususnya Bagian Persidangan dan Perundang-undangan, atas kesempatan yang telah diberikan kepada penulis untuk belajar dan memperoleh pengalaman berharga selama menjalani proses magang. Pengalaman tersebut memberikan wawasan serta menjadi bekal dalam mengembangkan kompetensi dan profesionalisme penulis.
9. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Tim Media Zulham, yaitu Mas Evan, Sinyo, dan Diki, atas kesediaan meluangkan waktu, berbagi pengalaman, serta memberikan informasi yang dibutuhkan selama proses penelitian. Bantuan, keterbukaan, dan kerja sama yang diberikan sangat berarti sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
10. Kepada teman teman praktikum Arture dan Artana Ian, Riski, Hafis, Abe, Bara, Manzil, Deswita, dan Afra terimakasih atas kebersamaan, diskusi, tukar ide, bantuan, serta semangat yang diberikan selama masa perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini. Pengalaman yang telah dilalui bersama menjadi bagian berharga yang akan selalu dikenang sebagai proses bertumbuh.

11. Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh keluarga besar JUFOC atas pengalaman, pembelajaran, serta kebersamaan yang berharga selama masa perkuliahan. Berbagai kesempatan yang diberikan telah menjadi bagian penting dalam pengembangan kemampuan, wawasan, dan pengalaman di organisasi.
12. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Sam Penyu, sahabat sejak kecil, atas dukungan, semangat, dan kebersamaan yang telah diberikan selama ini. Terima kasih telah menjadi teman yang selalu hadir, baik dalam suka maupun duka, serta memberikan motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
13. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Om Sun atas segala dukungan, semangat, dan perhatian yang diberikan kepada penulis selama menjalani masa perkuliahan. Kesempatan untuk belajar sambil bekerja serta motivasi yang selalu diberikan menjadi pengalaman dan pembelajaran yang sangat berarti hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
14. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Mutiara Pasca Nanasya atas doa, dukungan, kesabaran, serta kehadirannya yang senantiasa menjadi penyemangat selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, memberikan motivasi di setiap proses, dan selalu mengingatkan penulis untuk tetap percaya bahwa setiap usaha yang dilakukan akan membuahkan hasil pada waktunya.
15. Terakhir, penulis mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri, atas keberanian untuk terus melangkah, ketekunan dalam menghadapi setiap tantangan, serta komitmen untuk menyelesaikan setiap proses hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga pencapaian ini menjadi awal untuk terus bertumbuh, belajar, dan memberikan manfaat yang lebih luas di masa mendatang.

DAFTAR ISI

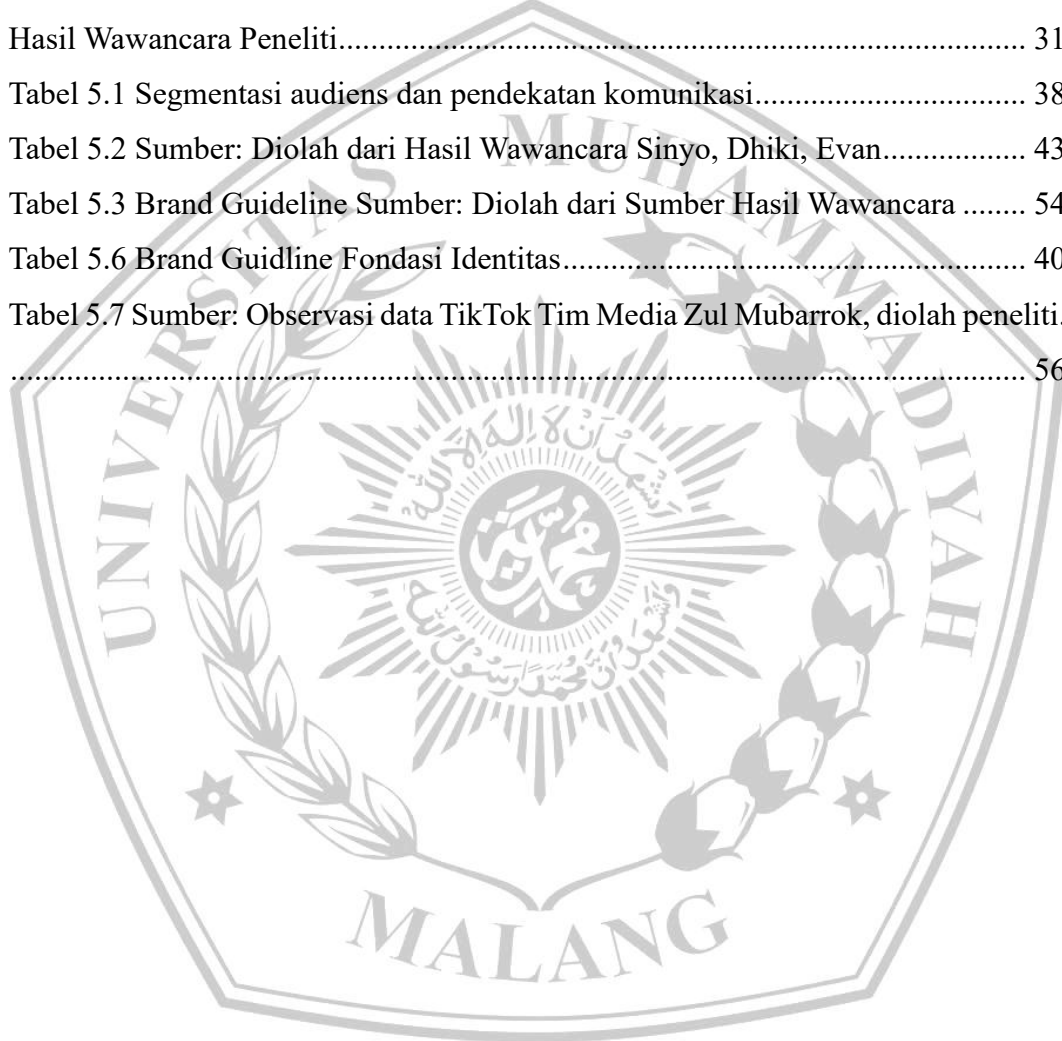
SAMPUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
SURAT KETERANGAN SIAP UJI	v
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH	vi
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	vii
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	viii
TANDA TERIMA PLAGIASI	ix
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	x
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	xi
LAMPIRAN DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL	xii
ABSTRAK	xiii
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
LAMPIRAN	xxii
Daftar Pustaka	xxiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Praktis dan Manfaat Akademis	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Komunikasi Digital	8

2.2 Unsur Unsur Komunikasi.....	9
2.3 Strategi Komunikasi Digital.....	12
2.4 Media Sosial sebagai arena Politik	13
2.4.1 Tiktok sebagai platform Komunikasi Politik	13
2.4.2 Peran Algoritma dalam Pembentukan Opini Publik	14
2.5 Landasan Teori	16
2.5.1 Strategic Communication Theory dari Hallahan et al.....	16
2.5.2 Diagram Strategic Communication.....	17
2.5.3 Teori Impression Management (Goffman).....	17
2.6 Penelitian Terdahulu.....	19
2.7 Kerangka Konseptual	23
BAB III.....	25
METODE PENELITIAN	25
3.1 Pendekatan Penelitian	25
3.2 Tipe dan Dasar Penelitian	25
3.3 Fokus Penelitian.....	25
3.4 Sumber Data.....	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data	26
3.6 Teknik Analisis Data	27
3.7 Keabsahan Data.....	28
BAB IV	30
GAMBARAN UMUM DAN OBJEK PENELITIAN	30
4.1 Profil Subjek dan Struktur Tim Media.....	30
4.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
BAB V.....	33
HASIL DAN PEMBAHASAN	33
5.1 Pengemasan Arah Strategi Tim Media Zulham	33
5.2 Analisis Strategi Komunikasi Berdasarkan Data Dasbor TikTok	36
5.3 Segmentasi Audiens dan Pendekatan Komunikasi Berbasis Preferensi	37
5.4 Brand Guideline Fondasi Identitas.....	39
5.5 Analisis Visual Terkait Bagaimana Citra Terbentuk Dari Konten yang Diproduksi.....	41

5.6 Mekanisme Pembentukan Citra Politik melalui Impression Management .	44
5.6.1 Diagram Alir Mekanisme Pembentukan Citra	44
5.6.2 Fronstage Tim Media Zulham @zulmubarrok.....	45
5.6.3 Backstage yang Menjadi Ruang Kerja Tim	46
5.6.4 Strategi Pembentukan Kesan melalui Aspek Visual dan Sikap.....	49
5.6.5 Keseimbangan Strategi dan Autentisitas dalam Citra Politik	51
5.7 Strategi Digital Branding sebagai Kunci Pembentukan Identitas	53
5.7.1 Tabel Perbandingan Performa Konten TikTok Tim Media Zul Mubarrok	56
5.8 Temuan Penelitian tentang Praktik Media Tim Zulham.....	57
5.8.1 Gambar Diagram Temuan Berdasarkan Hasil Analisis.....	59
BAB VI	60
KESIMPULAN DAN SARAN	60
6.1 Kesimpulan	60
6.2 Saran.....	60
6.2.1 Bagi Tim Media Politisi Daerah.....	60
6.3 Lampiran.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 4. 1 Profil Informan dan peran dalam tim media @Zulmubarrok Sumber: Hasil Wawancara Peneliti.....	31
Tabel 5.1 Segmentasi audiens dan pendekatan komunikasi.....	38
Tabel 5.2 Sumber: Diolah dari Hasil Wawancara Sinyo, Dhiki, Evan.....	43
Tabel 5.3 Brand Guideline Sumber: Diolah dari Sumber Hasil Wawancara	54
Tabel 5.6 Brand Guidline Fondasi Identitas.....	40
Tabel 5.7 Sumber: Observasi data TikTok Tim Media Zul Mubarrok, diolah peneliti.	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pemilih Pemilu 2024	3
Gambar 1.2 Sepuluh Negara dengan Rata-Rata Waktu Penggunaan TikTok	4
Gambar 2.1 Alur Strategic Communion Theory	17
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual tim media Zulham.....	23
Gambar 4.1 Profil Akun TikTok Zulham Mubarrok.	30
Gambar 5.1 Perbandingan Dasbor Analitik TikTok Zulham Mubarrok	36
Gambar 5.2 Gaya Konten Tiktok Zulham Mubarrok.....	41
Gambar 5.3 Diagram Alir Mekanisme Pembentukan Citra	44
Gambar 5.4 Diolah dari Sumber Hasil Wawancara	45
Gambar 5.5 Pembawaan Persona Branding Mas Dewan yang unik.....	50
Gambar 5.6 Komentar Audiens di Berbagai Konten TikTok.....	52

LAMPIRAN

Gambar 6.1 Alur kerja saat tim media memproduksi Konten.....	61
Gambar 6.2 Wawancara dengan mas dewan zulham	61
Gambar 6.3 Wawancara dengan tim Media Zulham.....	61
Gambar 6.4 Bukti chat team Media Zulham.....	62



Daftar Pustaka

- Akbar, A. B., Hasyim, A., & Asmurti. (2024). Pemanfaatan media sosial TikTok sebagai sumber informasi bagi Gen Z di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara. *JISDI: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 2(2), 132–139. <https://jurnal.unusultra.ac.id/index.php/jisdik/article/view/160>
- Albarzand, A. (2024). Peran Tiktok Sebagai Media Komunikasi Politik Bagi Generasi Milenial (Studi Kasus Pada Karyawan Duta Lampung Tahun 2024). *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 11(2), 511-516. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/prof/article/view/7148>
- Aminulloh, A., & Fianto, L. (2023). Wacana dan citra politik kandidat presiden 2024 di media sosial. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, 12(3). DOI:10.33366/jisip.v12i3.2837
- Aripardono, H. W. (2020). Penerapan komunikasi digital storytelling pada media sosial Instagram. *Teknika*, 9(2), 121–128. DOI: <https://doi.org/10.34148/teknika.v9i2.298>
- Cervi, L., Tejedor, S., dan Blesa, F. G. (2023). TikTok and political communication: The latest frontier of politainment? A case study. *Media and Communication*, 11(2), 203–217. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i2.6390>
- Evita, N., Prestianta, A. M., dan Asmarantika, R. A. (2023). Patterns of media and social media use in generation z in Indonesia. *Jurnal Studi Komunikasi*, 7(1), 195–214. <https://doi.org/10.25139/jsk.v7i1.5230>
- Faradis, N., Ainya, N., Fauzah, A., Ichsan, M., dan Anshori, A. (2023). Media Sosial dan Persepsi Publik: Analisis Strategi Kampanye Digital Calon Presiden Indonesia 2024. *Prosiding Seminar Nasional*, 643–652. <https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/view/842>
- Firdaus, Z. M., Suryasuciramdhan, A., dan Zulfikar, M. (2025). Strategi komunikasi politik Anies Baswedan di TikTok untuk menarik pemilih Gen Z pada Pilpres 2024. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2). DOI: <https://doi.org/10.23969/linimasa.v8i2.13708>
- Frasetya, V., dan Wibawa, A. (2023). Study of political branding through TikTok accounts of Indonesian presidential candidates. *KOMUNIKA*, 6(2). <https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/komunika/article/view/21076>
- Ginting, G. E. B., dan Pribadi, M. A. (2025). Persepsi politik Generasi Z di TikTok: Analisis teori ekologi media. *Koneksi*, 9(1), 97–104. DOI: <https://doi.org/10.24912/kn.v9i1.33286>
- Hallahan, K., Holtzhausen, D., van Ruler, B., Verčič, D., dan Sriramesh, K. (2007). Defining strategic communication. *International Journal of Strategic Communication*, 1(1), 3–35. <https://doi.org/10.1080/15531180701285244>
- Hamadi, Y. (2024). Strategi media sosial kepala daerah dalam membangun citra positif dan implementasi visi misi. *Indonesian Journal of Intellectual Publication*, 4(2). DOI: <https://doi.org/10.51577/ijpublication.v4i2.508>

- Hamama, S. (2024). Etika komunikasi dalam media sosial: Tantangan dan solusinya. *Selasar*, 4(2), 182–197. DOI: <https://doi.org/10.33507/selasar.v4i2.2608>
<https://doi.org/10.61132/fonologi.v3i2.2025>
- Indainanto, Y. I., Bangun, I. C., dan Nasution, F. A. (2025). Political framing: TikTok as media in shaping public opinion on presidential candidates in the 2024 Indonesia presidential election. *Journal Election and Political Parties*, 2(1), 16–32. <https://jurnal.literasipublisher.co.id/jepp/article/view/63>
- Indrawan, J., Efriza, dan Ilmar, A. (2020). Kehadiran media baru (new media) dalam proses komunikasi politik. *Medium: Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau*, 8(1). DOI: [https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8\(1\).4820](https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8(1).4820)
- Juliantari, S. N., Sujoko, A., dan Wulandari, M. P. (2025). Political image strategy on TikTok: A case study of 'Gemoy' (Strategi citra politik di TikTok: Studi kasus 'Gemoy'). *KEMBARA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 11(2), 729–744. <https://doi.org/10.22219/kembara.v11i2.41270>
- Khamdan, M., Fata, A. K., Macpal, S., & Kamaruzzaman, K. (2025). Social media and political mobilization in general elections in Indonesia. *TAPIS: Journal Teropong Aspirasi Politik Islam*. DOI: <https://doi.org/10.24042/w6cb0n28>
- Khoirunnisa, M., Akhyar, T., dan Ritonga, M. (2025). Strategi komunikasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik di Kelurahan 20 Ilir Dua Kota Palembang. *EduTIK: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 5(5), 1722–1729. <https://calamus.id/index.php/edutik/article/view/136>
- Kulau, F. (2024). TikTok, Instagram and Presidential Election: A Study to Understand How Politainment in Indonesian Political Campaigns 2024. *Informasi: Kajian Ilmu Komunikasi*, 54(2), 164–176. <https://doi.org/10.21831/informasi.v54i2.77889>
- Marlina, D., dan Hakim, L. (2025). Peran TikTok dalam Kampanye Politik: Strategi Menarik Gen Z di Pemilu 2024. *JURNAL AUDIENS*, 6(1). <https://doi.org/10.18196/jas.v6i1.587>
- Melati, L., Wildan, M., Y. R. B., Safitri, R., S. R. A. D., Zulkarnain, H., Noor, M. N., R. M. T. D., Syahada, R., Rachman, W., Karina, Z., Ilmi, N. N., dan Ayubi, E. (2023). Tantangan dan peluang seorang komunikator dalam proses penyampaian informasi kepada komunikan. *Karimah Tauhid*, 2(4). DOI: <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v2i4.8868>
- Mokos, I. E., dan Salehudin. (2025). Konstruksi identitas diri remaja di media sosial: Analisis konsep dramaturgi Erving Goffman. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 638–649. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i3.4690>
- Murti, R. W., Pratama, H., dan Yulianto, H. J. (2024). Impoliteness strategies in online political discourse: A case study of Indonesian netizens' comments on Tiktok. *English Education Journal*, 14(3), 428–439. DOI: <https://doi.org/10.61132/fonologi.v3i2.2025>

- Nikmah, H., Salsabila, C. F., Wicaksono, S., dan Abadi, T. W. (2024). How TikTok boosts electability in Indonesia's 2024 presidential race. *House of Wisdom: Journal on Library and Information Sciences*, 1–13. DOI : <https://doi.org/10.21070/how.v1i1.11>
- Nofiasari, W., Rusdin, F. R., Yusanto, Y., Putri, I. G. A. A. R., Rahmat, F. N., Yulianto, A., Prasetyo, N. R., Ramadhani, M. M., Ramonita, L., dan Pratiwi, C. P. (2024). Strategi komunikasi digital. *Widina Media Utama*. <https://repository.penerbitwidina.com/media/publications/579249-strategi-komunikasi-digital-145acd15.pdf>
- Paranita, S., Rahmawati, D., dan Nurdayani, A. (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Generasi Z pada Pemilihan Presiden 2024. *Civic Education And Social Science Journal (Cessj)*, 6(2). <https://journal.univetbantara.ac.id/index.php/cessj/article/view/5909>
- Pratiwi, A. W., & Irfan. (2026). Pemanfaatan media dalam kampanye politik: Studi kasus analisis akun TikTok Gerindra sebagai sarana kampanye politik Prabowo – Gibran dalam Pemilu 2024. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 500–514. DOI: <https://doi.org/10.54259/mukasi.v5i1.7077>
- Purnomo, H., Gunawan, M. A., dan Anggraini, D. F. (2022). Tiktok sebagai instrumen media sosial baru dalam komunikasi politik. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(10). <https://jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntax-literate/article/view/9855>
- Rabbani, D. A., dan Najicha, F. U. (2023). Pengaruh Perkembangan Teknologi terhadap Kehidupan dan Interaksi Sosial Masyarakat Indonesia. 1-13. https://www.researchgate.net/publication/375525102_Pengaruh_Perkembangan_Teknologi_terhadap_Kehidupan_dan_Interaksi_Sosial_Masyarakat_Indonesia
- Ramadani, N., Pratiwi, F. S., Syafi'i, K., dan Nursafitri, D. (2025). Representasi politik melalui meddia sosial: Analisis framing legislator terhadap isu publik. *JIECH: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 1(4), 2005–2017. <https://indojurnal.com/index.php/jisoh/article/view/1677>
- Sari, Q. A. A., & Candrasari, Y. (2023). Penggunaan media sosial TikTok sebagai sarana informasi politik generasi Z. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(21), 568–578. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/7043>
- Srikandi, M. B., Suparna, P., dan Haes, P. E. (2023). Audiens sebagai gatekeeper pada media sosial. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 7(2), 179–192. DOI: <https://doi.org/10.24853/pk.7.2.179-192>
- Suhendra, dan Pratiwi, F. S. (2024). Peran komunikasi digital dalam pembentukan opini publik: Studi kasus media sosial. *Prosiding: Resiliensi Indonesia dalam Pusaran Disrupsi Global*, 293–315. <https://doi.org/10.30589/proceedings.2024.1059>
- Tasrif. (2025). Konfigurasi dinamika komunikasi digital dalam ranah politik lokal: Telaah taktik media sosial pada arena elektoral pilkada Kabupaten Bima. *Jurnal Syntax Imperatif: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 6(3), 435–442. <https://jurnal.syntaximperatif.co.id/index.php/syntax-imperatif/article/view/709>

202210040311170

Hernando Yoga Pratama

Prodi Ilmu Komunikasi

Zalzillah, L. N., dan Gumelar, R. G. (2024). Kontribusi media digital dalam membangun opini publik Pemilu 2024 (Studi kasus NarasiNewsroom). JPW (Jurnal Politik Walisongo), 6(1), 48–59. DOI: <https://doi.org/10.21580/jpw.v6i1.19527>

