

**ANALISIS KONTEN INSTAGRAM AKUN @COKIPARDEDEBEBAS  
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PEMENANGAN PEMILU PASANGAN  
PRABOWO-GIBRAN**

**SKRIPSI**



**Disusun oleh:**

Muhammad Duha

20.96.2130

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
TAHUN 2024**

**ANALISIS KONTEN INSTAGRAM AKUN @COKIPARDEDEBEBAS  
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PEMENANGAN PEMILU PASANGAN  
PRABOWO-GIBRAN**

**SKRIPSI**



**Disusun oleh:**

Muhammad Duha

20.96.2130

**PROGRAM SARJANA**

**PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**

**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**YOGYAKARTA**

**TAHUN 2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**ANALISIS KONTEN INSTAGRAM AKUN @COKIPARDEDEBEBAS  
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PEMENANGAN PEMILU PASANGAN  
PRABOWO-GIBRAN**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Dluha  
20.96.2130

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada 8 Mei 2024

Dosen Pembimbing,



(Novita Ika Purnamasari, S.I.Kom., M.A)

NIK : 190302521

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**ANALISIS KONTEN INSTAGRAM AKUN @COKIPARDEDEBEBAS  
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PEMENANGAN PEMILU PASANGAN  
PRABOWO-GIBRAN**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Dhuha  
20.96.2130

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji  
pada tanggal bln tahun

**Nama Penguji**

Kadek Kiki Astria, MA  
NIK. 190302445

Devi Wening Astari  
M.I.Kom  
NIK. 190302655

Novita Ika Purnamasari  
S.I.Kom, M.A  
190302521

**Tanda Tangan**

  
\_\_\_\_\_  
  
\_\_\_\_\_  
  
\_\_\_\_\_

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi tanggal 25 Juni 2024.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom  
NIK. 190302125

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 8 Mei 2024

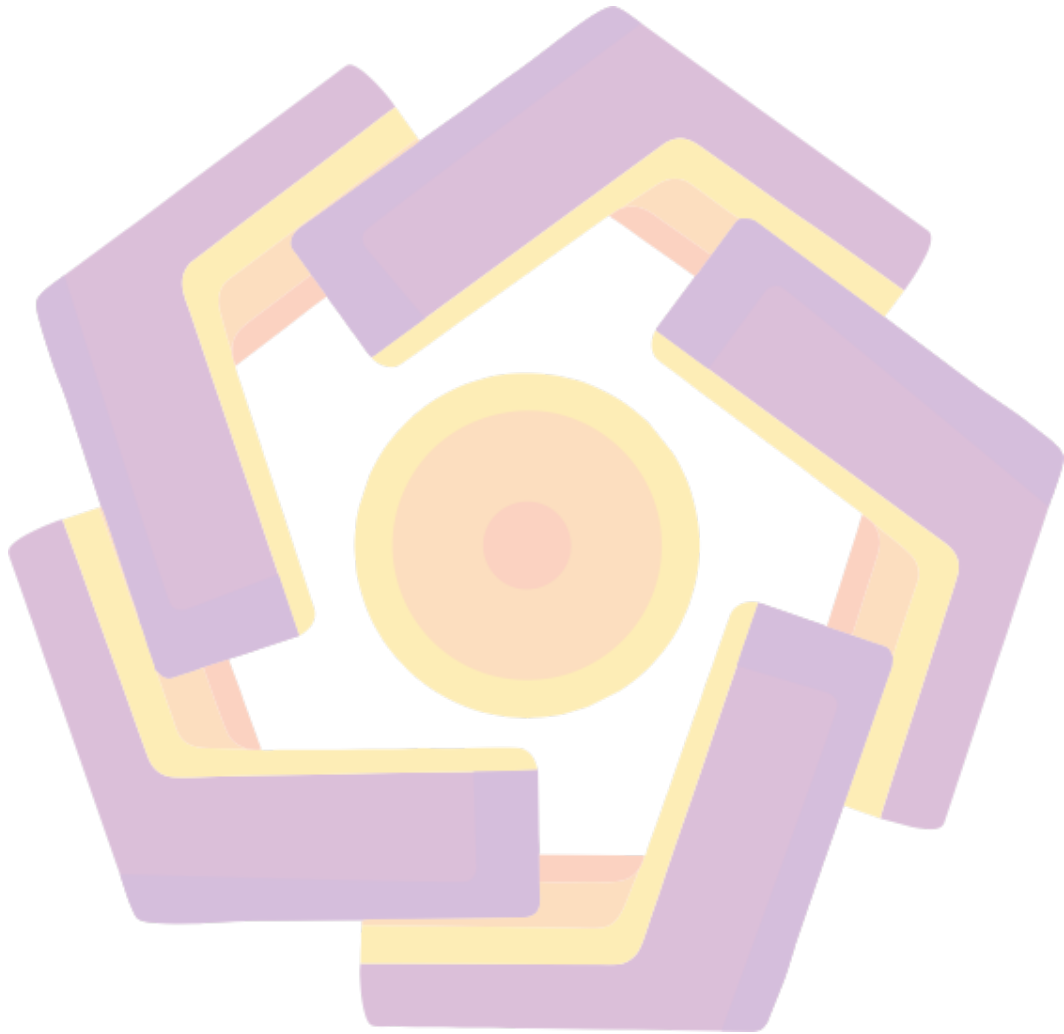


Muhammad Dluha  
NIM 20.96.2130

## MOTTO

“Apapun yang kamu kerjakan, jangan pernah sia-siakan 5 menit yang kamu punya. Karena kamu ga akan pernah tau, bisa jadi 5 menit itu yang akan mengubah hidupmu selamanya”

Pandji Pragiwaksono



## KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Ibu Novita Ika Purnamasari, S.I.Kom., M.A selaku pembimbing skripsi peneliti yang dengan baik dan sabar memberikan dukungan sekaligus membantu proses penulisan penelitian ini sampai selesai.
5. Coki Pardede selaku pemilik akun Instagram @cokipardedebebas sebagai objek penelitian ini.
6. Kepada Ibu penulis Ibu Siti Fatimah yang selalu memberikan doa, dukungan, dan kasih sayang sehingga penulis bisa bertahan sampai saat ini.
7. Kawan-kawan kontrakan Jennie Solo Baru, yaitu Hidna, Sipon, Bang Roi, Den Dimas, Ngabsiso, Siho, Haves, Begos Yogs, Pak Agung, Gus Peci dan kawan lainnya yang selalu mensupport sekaligus menjadi *stress release* pada pengerjaan skripsi ini.

1. Tentunya bagi diri saya sendiri MDluha Algofari yang sudah mau berjuang dan tidak menyerah melewati berbagai tantangan sampai menyelesaikan skripsi ini. *Damn, You did it bruh!*

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan karena keterbatasan kemampuan. Penulis berharap skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi banyak orang sekaligus penulis menerima kritik dan saran demi kebaikan dan kemajuan penulis di masa yang akan datang.



Yogyakarta, 9 Mei 2024

  
Muhammad Dluha



## DAFTAR ISI

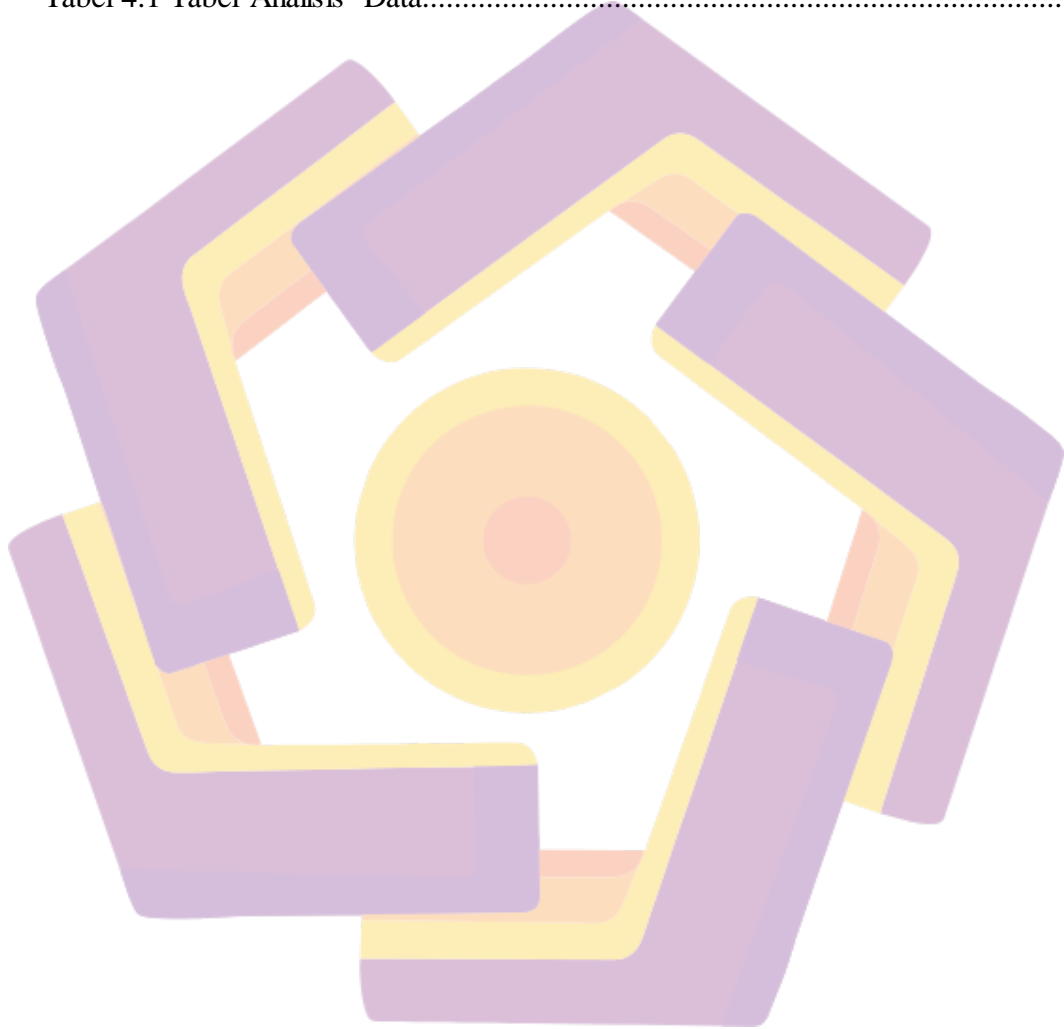
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Batasan Masalah .....	13
1.6 Sistematika Penulisan.....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15

2.2 Landasan Teori dan Konseptual.....	17
2.2.1 Komunikasi Pemasaran Politik .....	17
2.2.2 Instagram sebagai Media Baru dalam Komunikasi Politik .....	19
2.2.3 <i>Influencer</i> Politik dalam Media Sosial .....	21
2.2.4 Model AIDA .....	24
2.3 Kerangka Konsep .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1 Paradigma .....	26
3.2 Pendekatan Penelitian .....	27
3.3 Sumber Data .....	27
3.3.1 Data Primer .....	28
3.3.2 Data Sekunder .....	28
3.4 Metode .....	28
3.5 Subjek dan Objek Penelitian.....	29
3.6 Teknik Pengambilan Data.....	29
3.6.1 Observasi.....	30
3.6.2 Studi Dokumentasi .....	30
3.7 Waktu Penelitian.....	31
3.8 Teknik Analisis Data.....	31
3.8.1 Kondensasi data.....	31
3.8.2 Tampilan data .....	32
3.8.3 Penarikan kesimpulan.....	32
3.9 Teknik Keabsahan Data .....	33
<b>BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>

4.1 Instagram@cokipardedebebas .....	34
4.2 Temuan Penelitian .....	36
4.2.1 Hasil Temuan .....	36
4.2.2 Penerapan Model AIDA .....	41
4.3 Pembahasan .....	47
4.3.1 Tren Konten Berdasarkan Model AIDA.....	47
4.3.2 Penerapan <i>Pass Marketing</i> .....	49
4.3.3 <i>Pass Marketing</i> dengan Model AIDA .....	50
<b>BAB 5 PENUTUP.....</b>	<b>53</b>
5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Saran Penelitian .....	53
5.2.1 Saran Akademis.....	54
5.2.2 Saran Praktis.....	54
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>55</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1 Lembar Analisis Peneliti.....	33
Tabel 4.1 Tabel Analisis Data.....	37



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia .....	2
Gambar 1.2 Konten Instagram @cokipardedebebas Bersama Cawapres Gibran ....	8
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	25
Gambar 4.1 Feeds Konten Instagram @cokipardedebebas .....	34
Gambar 4.4 Konten Waspada Bahaya Angin.....	41
Gambar 4.5 Konten Perbedaan Pilihan Presiden .....	42
Gambar 4.6 Konten Alasan Membaca Buku .....	43
Gambar 4.7 Coki Bersama Prabowo Subianto .....	44
Gambar 4.8 Coki Pardede bersama Gibran Rakabuming .....	45
Gambar 4.9 Konten Menggunakan Alat Bantu saat Debat.....	46



## ABSTRAK

Media sosial menjadi peran penting dalam promosi politik, salah satunya pada kampanye jelang pemilu. *Influencer* juga memiliki peran dalam promosi politik, seperti yang dilakukan oleh Coki Pardede. Coki adalah seorang komika sekaligus *influencer* yang mendukung pasangan Prabowo-Gibran dalam pemilu 2024. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengeksplorasi dan mengkaji konten akun Instagram @cokipardedebebas dalam mempromosikan pasangan Prabowo-Gibran untuk memenangkan pemilu. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis isi kualitatif. Metode analisis isi biasanya digunakan untuk meneliti dokumen yang berupa teks, gambar, simbol dan sebagainya untuk memahami budaya dari suatu konteks sosial tertentu. Berdasar hasil pengolahan data menggunakan model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*), penelitian ini menemukan bahwa konten pada akun tersebut berhasil menarik perhatian, membangkitkan ketertarikan, memicu keinginan, dan mendorong tindakan responsif dari penonton. Akun tersebut juga sesuai dengan pendekatan *marketing* politik yang disebut *Pass Marketing* karena menggunakan *influencer* dalam promosi politik.

**Kata kunci:** Media sosial, *Influencer*, Promosi Politik.

## ABSTRACT

*Social media plays a significant role in political promotion, especially during election campaigns. Influencers also play a role in political promotion, as demonstrated by Coki Pardede. Coki is a comedian and influencer who supports the Prabowo-Gibran ticket in the election. The purpose of this research is to explore and examine the content of the Instagram account @cokipardedebebas in promoting the Prabowo-Gibran ticket to win the election. The method used in this research is qualitative content analysis. Content analysis method is commonly used to examine documents such as texts, images, symbols, etc., to understand the culture of a particular social context. Based on the data processing using the AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) model, this research found that the content on the account successfully attracted attention, aroused interest, stimulated desire, and prompted responsive actions from the audience. The account also aligns with a political marketing approach called Pass Marketing because it utilizes influencers in political promotion.*

**Keywords:** *Social media, Influencer, Political Promotion.*