

**PERAN SOSIAL MEDIA DALAM MEMBENTUK PILIHAN GENERASI Z :
STUDI KASUS DUKUNGAN PRABOWO-GIBRAN DI PEMILU 2024**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Wuni Khoiriyah Azka

21.96.2599

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

**PERAN SOSIAL MEDIA DALAM MEMBENTUK PILIHAN GENERASI Z :
STUDI KASUS DUKUNGAN PRABOWO-GIBRAN DI PEMILU 2024**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

Wuni Khoiriyah Azka
21.96.2599

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

YOGYAKARTA
TAHUN 2025
LEMBAR PERSETUJUAN
SKRIPSI

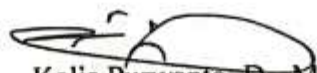
**Peran Sosial Media Dalam Membentuk Pilihan Generasi Z :
Studi Kasus Dukungan Prabowo-Gibran Di Pemilu 2024**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Wuni Khoiriyah Azka
21.96.2599

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 3 Februari 2025

Dosen Pembimbing,


Kalis Purwanto, Dr, MM

NIK. 19030233

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**Peran Sosial Media Dalam Membentuk Pilihan Generasi Z :
Studi Kasus Dukungan Prabowo-Gibran Di Pemilu 2024**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Wuni Khoiriyah Azka
21.96.2599

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada tanggal 17 Februari 2025

Nama Penguji

Junaidi, S.Ag., M/ Hum, Dr.
NIK. 1903025999

Mulyadi Erman, S.Ag, MA
NIK. 190302571

Kalis Purwanto, Dr, MM
NIK. 190302357

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
(17 Februari 2025)

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, 10 Februari 2025



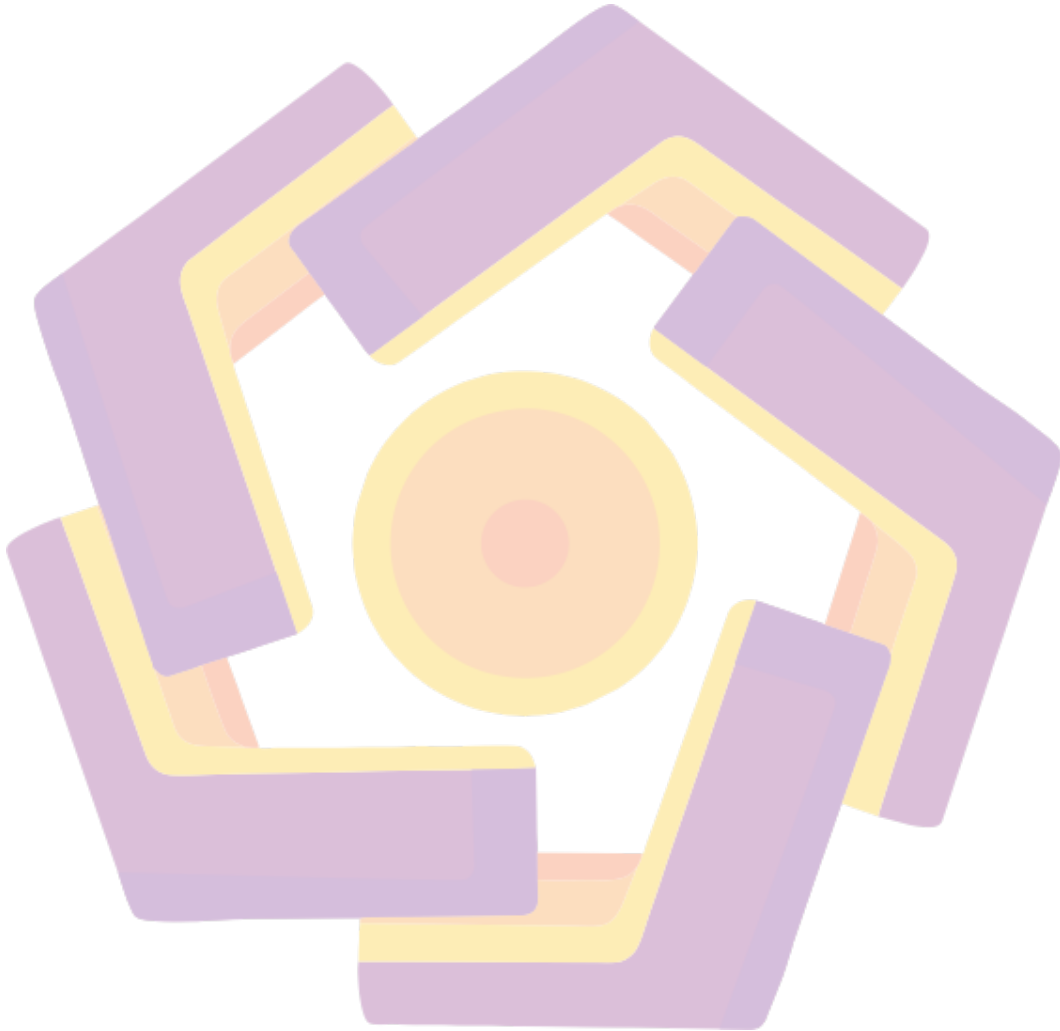
Wuni Khoiriyah Azka

21.96.2599

MOTTO

“Di saat seseorang berhenti belajar, Saat itu juga kehidupan orang itu berhenti”

Study Group - 2025



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan sepenuhnya untuk mereka yang telah menjadi bagian perjalananku, terutama kepada orang tua saya tercinta yaitu Bapak Bejo dan Ibu Siti Halimah yang telah membesarkan, merawat, membimbing dan selalu mendukung dengan tulus penuh keikhlasan serta senantiasa mendoakan saya hingga dapat menyelesaikan skripsi ini, untuk keluarga tercinta kakak, adik dan keponakan saya yang selalu menjadi penyemangat terbaik, turut serta dalam memberikan semangat dan dukungan, dan mendoakan saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terakhir untuk diriku sendiri, terima kasih telah bertahan sampai sejauh ini, dan tidak pernah berhenti berusaha dan berdoa hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan melewati berbagai kendala .



KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Peran Sosial Media Dalam Membentuk Pilihan Generasi Z : Studi Kasus Dukungan Prabowo-Gibran di Pemilu 2024 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. Bapak 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 Kaprodi, Universitas Amikom Yogyakarta
4. Bapak Kalis Purwanto, Dr, MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk senantiasa membimbing dan mengarahkan dengan sabar dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas ilmu dan pengetahuan yang telah diberikan.
5. Kepada seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Sosial Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya serta mendidik penulis selama masa kuliah
6. Kepada Inna, Atha Aretha, Ikanti, Annisa, Vira, dan Tasya selaku informan dalam melancarkan penelitian ini.

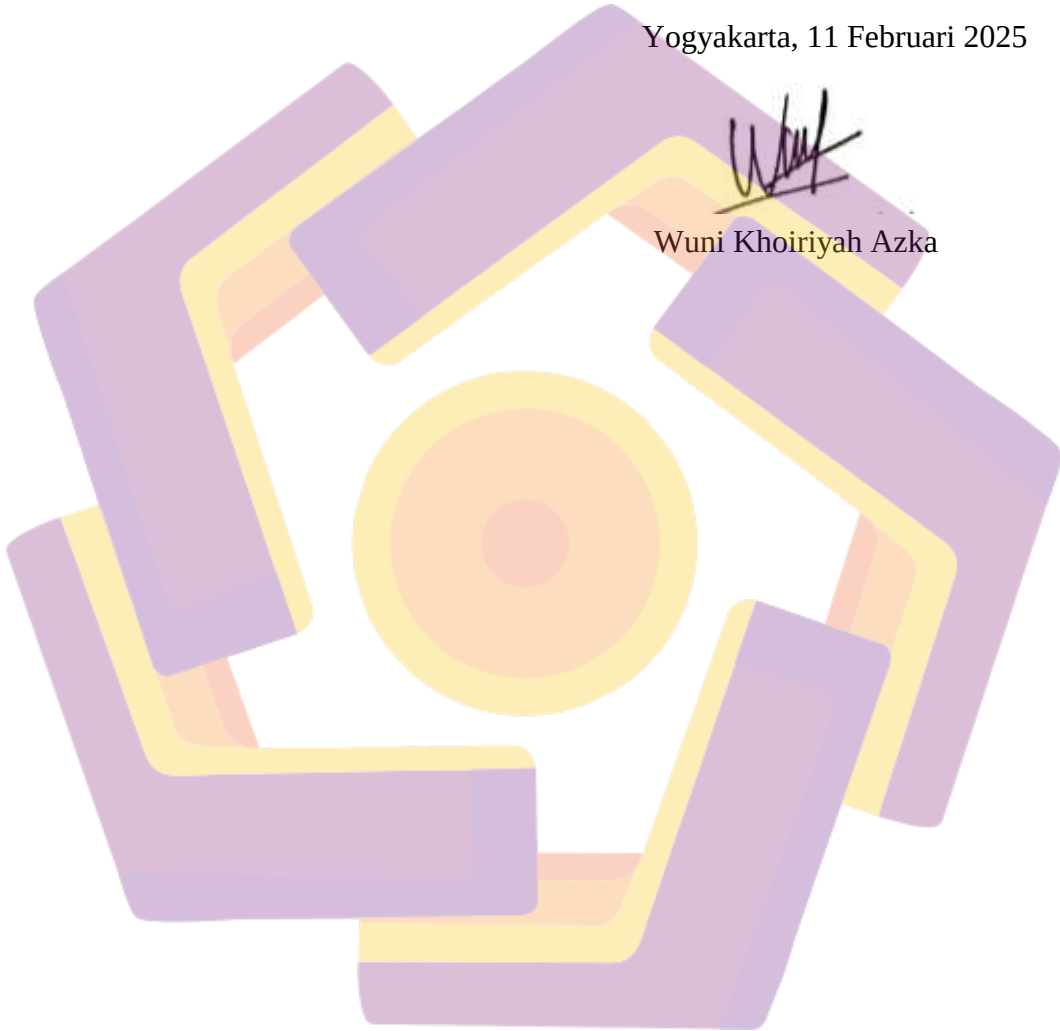
7. Kepada warga kelas Ilmu Komunikasi 21IK05 terima kasih atas kenangan, kebersamaan, dukungan, semangatnya serta perjuangan bersama dalam melewati masa perkuliahan ini.
8. Kepada Inna, Bening, Ikanti, Aretha, Jeje, Vira, Tiara, Gamma, Joseph, Dewa dan Yahya selaku *intern batch 8* di *Metasocial*, terima kasih telah menjadi teman terbaik selama magang di *Metasocial* yang membuat masa magang terasa begitu menyenangkan dan penuh kebahagiaan serta memberikan pengalaman yang berharga selama 4 bulan.
9. Kepada Amelia Azzahra, Fiona Arinda, dan Atha Aretha terima kasih telah menjadi teman terbaik selama masa perkuliahan, terima kasih untuk setiap cerita, tawa dan sedihnya di tengah tugas kuliah yang menumpuk.
10. Untuk sahabat terbaikku Desyafitri Azzahra Priyono, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidupku selama perkuliahan ini, yang selalu ada di setiap suka maupun duka serta membuat segalanya lebih mudah dan menyenangkan.
11. Untuk sepupu saya, Mbak Fifi, Nisa dan Tasya terima kasih telah mendengarkan keluh kesah dan menyemangati selama masa perkuliahan ini.
12. Seluruh keluarga tercinta kakak, adik dan ponakan : Agung Muhammad Irfan, Bagus Panuntun, Rahmatu Azzahra, Ita Purnama Sari, Satria dan Lala yang telah mendukung, menyemangati dan mendoakan dari awal kuliah hingga saya bisa menyelesaikan skripsi saat ini
13. Teristimewa untuk kedua orang tua tercinta, bapak Bejo dan Ibu Siti Halimah yang telah merawat dan membesarkan saya hingga saat ini. Terima kasih selalu mendoakan yang terbaik dan memberi dukungan selama ini.
14. Terakhir, teruntuk diri saya sendiri Wuni Khoiriyah Azka terima kasih sudah mampu bertahan sejauh ini, dan kuat melewati berbagai lika-liku masa

perkuliahan ini. Saya bangga kepada diri sendiri, mari kita wujudkan wishlist di masa depan dan menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ini.

Yogyakarta, 11 Februari 2025



Wuni Khoiriyah Azka



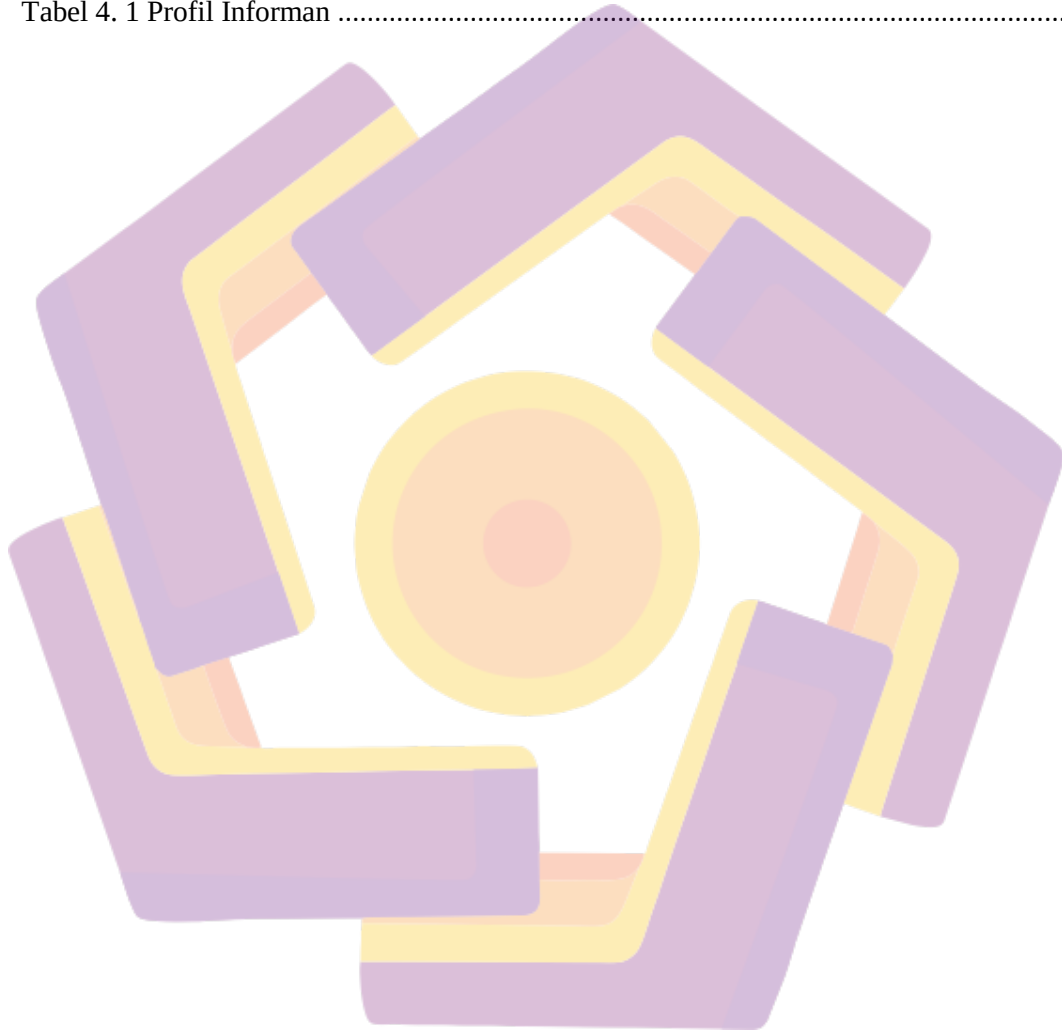
DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika BAB	11
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan teori.....	15
2.3.1 Teori Agenda Setting	15
2.3 Kerangka Konsep.....	17
BAB III.....	19
METODE PENELITIAN	19
3.1 Paradigma penelitian.....	19

3.2	Pendekatan penelitian	20
3.3	Metode penelitian.....	21
3.4	Subjek dan objek penelitian.....	22
3.5	Teknik pengambilan data.....	23
3.6	Waktu Penelitian.....	24
3.7	Teknik analisis data	24
3.8	Teknik keabsahan penelitian.....	26
BAB IV		28
4.1	Profil Informan	28
4.2	Temuan Peneltian	35
4.2.1	Sosial media didominasi dengan informasi politik untuk pemilih pemula. 35	
4.2.2	Proses agenda setting pada isu pasangan Prabowo-Gibran di sosial media. 39	
4.2.3	Paparan konten kampanye politik Prabowo-Gibran di sosial media.	47
4.2.4	Peran sosial media dalam membentuk pilihan poliitk Generasi Z.....	51
4.3	Pembahasan.....	52
4.3.1	Peran Sosial media Pada Pemilu 2024 Sebagai Informasi Politik Generasi Z Sebagai Pemilih Pemula.....	53
4.3.2	Proses Membangun <i>Agenda Setting</i> pada Kampanye Prabowo-Gibran di Sosial media	55
4.3.3	Generasi Z terfokus pada gagasan kampanye Prabowo-Gibran di media sosial 58	
BAB V		60
PENUTUP		60
5.1	Kesimpulan.....	60
5.2	Saran	60
5.2.1	Bagi Universitas Yogyakarta	60
5.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya.....	61
DAFTAR PUSTAKA		62
LAMPIRAN		66

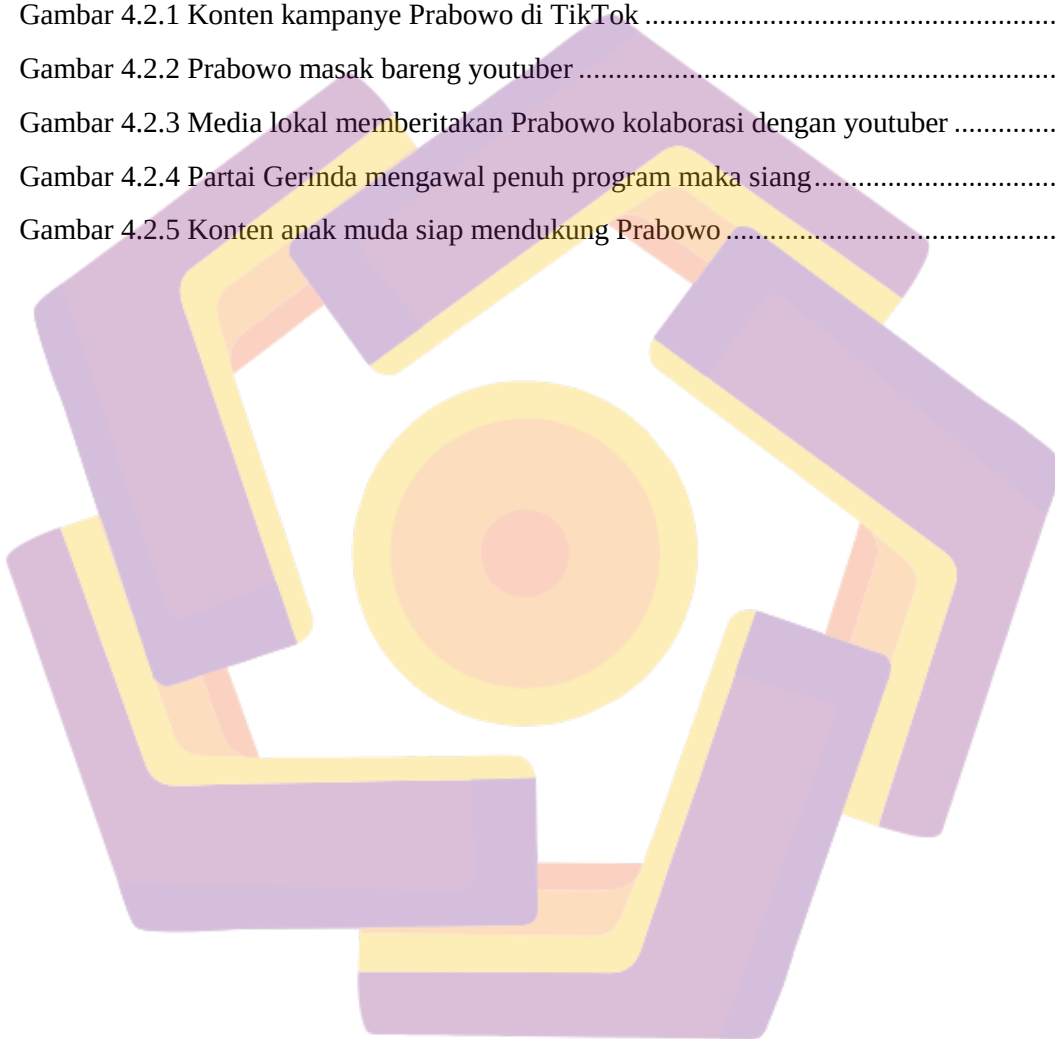
DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 2. 2 Kerangka Berpikir.....	18
Tabel 4. 1 Profil Informan	33



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Survei sosial media	2
Gambar 1. 2 Data interaksi tertinggi di TikTok.....	3
Gambar 1. 3 AI Prabowo	4
Gambar 4.2.1 Konten kampanye Prabowo di TikTok	40
Gambar 4.2.2 Prabowo masak bareng youtuber	42
Gambar 4.2.3 Media lokal memberitakan Prabowo kolaborasi dengan youtuber	42
Gambar 4.2.4 Partai Gerindra mengawal penuh program maka siang.....	46
Gambar 4.2.5 Konten anak muda siap mendukung Prabowo	49



ABSTRAK

Sosial media menjadi platform baru untuk kampanye politik dalam pemilihan presiden 2024, digunakan untuk mensosialisasikan citra diri dan visi misi para kandidat dengan tujuan menarik dukungan suara. Sosial media ini banyak diakses oleh Generasi Z, sehingga menjadi sarana strategis untuk mencari informasi seputar politik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memahami secara komperensif peran sosial media dalam membentuk pilihan politik Generasi Z pada Pemilu 2024 dengan studi kasus dukungan terhadap pasangan Prabowo-Gibran. Menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan teori agenda setting, penelitian ini mengkaji bagaimana sosial media dimanfaatkan sebagai alat kampanye untuk membentuk opini publik dan pilihan politik Generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosial media memiliki peran yang signifikan dalam menyebarkan pesan-pesan politik yang menarik, mudah dipahami, dan relevan bagi pemilih muda. Selain itu, proses agenda setting yang diterapkan melalui sosial media turut membentuk opini Generasi Z terhadap isu-isu politik yang dianggap penting, sehingga mempengaruhi pilihan politik mereka, dengan memanfaatkan peran media sosial untuk berkampanye selama masa pemilu 2024 pasangan Prabowo-Gibran berhasil menarik dukungan dari Generasi Z, yang menunjukkan bahwa sosial media menjadi instrumen utama dalam politik modern, khususnya dalam membangun opini dan pilihan politik pemilih muda.

Kata kunci : Kampanye Politik, Sosial media, Generasi Z, Pemilu 2024, Prabowo-Gibran

ABSTRACT

Social media is becoming a new platform for political campaigns in the 2024 presidential election, used to socialize the candidates' self-image and vision and mission with the aim of attracting votes. Social media is widely accessed by Generation Z, making it a strategic tool for finding information about politics. This research aims to analyze and comprehensively understand the role of social media in shaping Generation Z's political choices in the 2024 elections with a case study of support for the Prabowo-Gibran pair. Using a qualitative method with an agenda setting theory approach, this research examines how social media is utilized as a campaign tool to shape public opinion and Generation Z's political choices. The results show that social media has a significant role in disseminating political messages that are interesting, easy to understand, and relevant to young voters. In addition, the agenda setting process applied through social media helped shape Generation Z's opinions on political issues that are considered important, thus influencing their political choices, by utilizing the role of social media to campaign during the 2024 election period the Prabowo-Gibran pair managed to attract support from Generation Z, which shows that social media is a major instrument in modern politics, especially in building opinions and political choices of young voters.

Keyword :Political Campaign, Social Media, Generation Z, Election 2024, Prabowo-Gibran

