

ABSTRAK

Dalam era digital yang terus berkembang, penggunaan media sosial menjadi strategi yang sangat penting dalam kampanye politik modern. Prabowo-Gibran merupakan tokoh yang populer dalam menggunakan TikTok sebagai media kampanye politik di pemilihan presiden 2024. Perubahan citra yang signifikan dan gaya kampanye yang berbeda diperlihatkan oleh kedua tokoh ini yang menjadi salah satu faktor kemenangan dalam pemilihan, oleh karenanya hal ini menjadi diskursus yang menarik. Penelitian ini mengkaji cara kampanye politik yang diimplementasikan oleh Prabowo-Gibran dalam media sosial TikTok di pemilihan presiden 2024. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan penambahan wawasan mengenai cara kampanye politik yang digunakan oleh Tim Prabowo-Gibran dalam Pilpres 2024 melalui *platform* TikTok.

Penelitian ini menggunakan teori marketing politik dari Adman Nursal dengan metode kualitatif yang didukung dengan kombinasi sumber data primer dan sekunder untuk memberikan keragaman dan kedalaman pemahaman terhadap fenomena yang diteliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi dokumentasi, wawancara dan observasi dengan analisis data penelitian menggunakan NVivo analisis dan untuk memvalidasi hasil penelitian menggunakan uji konfirmabilitas melalui reflektivitas dan *peer debriefing*. Hasil penelitian ini mengemukakan bagaimana penerapan konsep dan teknik marketing politik Adman Nursal diimplementasikan oleh Prabowo-Gibran melalui cara kampanyenya di media sosial TikTok. Cara kampanye ini berfokus pada *push marketing* melalui iklan, *direct marketing*, *special event*, *personal contact* dan *public relation*. Secara keseluruhan terdapat pola yang sama digunakan sebagai cara kampanye di media sosial Tiktok, yaitu berfokus pada visual (optik) dengan konten informatif dan ceria seperti penggunaan gambar AI, *peace sign* dan *love sign*, joget gemoy, kolaborasi influencer, serta memberikan visual atribut dan gerak yang selaras. Secara linguistik (bahasa) berfokus pada kalimat efektif yang jelas, mudah diingat dan diucapkan melalui penokohan (image), tagline yang konsisten, serta kalimat himbauan memilih. Hal ini diperkuat dengan audio (akustik) yang digunakan berfokus pada lagu yang trending, lagu resmi kampanye dan lagu nasional yang diselaraskan dengan tema kampanye riang gembira dan kampanye akbar kirab kebangsaan serta pesta rakyat.

Kata Kunci: Prabowo-Gibran, Kampanye, Medsos, TikTok, Pilpres 2024.

ABSTRACT

In the ever-evolving digital era, the use of social media has become a very important strategy in modern political campaigns. Prabowo-Gibran is a popular figure in using TikTok as a political campaign medium in the 2024 presidential election. The significant image changes and different campaign styles shown by these two figures were one of the factors of victory in the election, therefore this is an interesting discourse. This research examines the way political campaigns implemented by Prabowo-Gibran in TikTok social media in the 2024 presidential election. This research is expected to provide additional insight into the political campaign methods used by the Prabowo-Gibran Team in the 2024 Presidential Election through the TikTok platform.

This research uses Adman Nursal's political marketing theory with qualitative methods supported by a combination of primary and secondary data sources to provide diversity and depth of understanding of the phenomenon under study. The data collection techniques used in this research are documentation studies, interviews and observations with research data analysis using NVivo analysis and to validate the research results using confirmability tests through reflexivity and peer debriefing. The results of this study suggest how the application of Adman Nursal's political marketing concepts and techniques is implemented by Prabowo-Gibran through his campaign on TikTok social media. This campaign method focuses on push marketing through advertising, direct marketing, special events, personal contact and public relations. Overall, there are the same patterns used as a way of campaigning on TikTok social media, namely focusing on visuals (optics) with informative and cheerful content such as the use of AI images, peace signs and love signs, gemoy jogs, influencer collaborations, and providing visual attributes and visual motion in harmony. Linguistically (language) focuses on effective sentences that are clear, easy to remember and pronounce through characterization (image), consistent taglines, and appeals to vote. This is reinforced by the audio (acoustics) used, which focuses on trending songs, official campaign songs and national songs that are harmonized with the theme of the joyful campaign and the grand campaign of the national kirab and the people's party.

Keywords: Prabowo-Gibran, Campaign, Social Media, TikTok, 2024 Presidential Election.