

**STRATEGI MARKETING GEMOY PRABOWO-GIBRAN
PADA PEMILU 2024 DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Sosial (S.Sos) dalam bidang Ilmu Politik



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

Shelvía Wiko Halimatus Sa'diah

NIM: 10040121103

Program Studi Ilmu Politik

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

2024

PENANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahin

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Shelviah Wiko Halimatus Sa'diah

NIM : 10040121103

Program Studi : Ilmu Politik.

Judul :Strategi Marketing Gemoy Prabowo-Gibran Pada Pemilu
2024 di Kota Surabaya.

Menyatakan dengan sesungguhnya:

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada Lembaga Pendidikan manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2. Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan plagiasi dari karya orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.
3. Apabila Skripsi ini dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan sebagai plagiasi, saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 5 Juni 2025

Yang Menyatakan,



Shelviah Wiko Halimatus Sa'diah

NIM: 10040121103

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

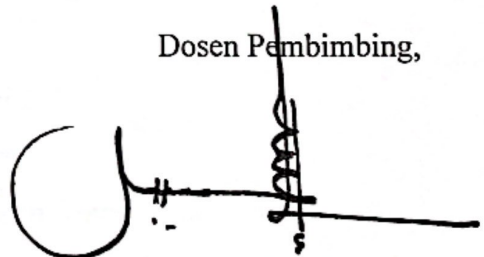
Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan proposal skripsi yang ditulis oleh:

Nama : Shelvia Wiko Halimatus Sa'diah
NIM : 10040121103
Prodi : Ilmu Politik

Yang berjudul **“Strategi Marketing Gemoy Prabowo-Gibran Pada Pemilu 2024 Di Kota Surabaya”** saya berpendapat bahwa proposal skripsi tersebut sudah dapat diujikan dalam rangka untuk bisa dapat mengerjakan skripsi dalam bidang Ilmu Politik.

Surabaya, 5 Juni 2025

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Muchammad Ismail', with a large circular flourish on the left side.

Muchammad Ismail, S.Sos, MA

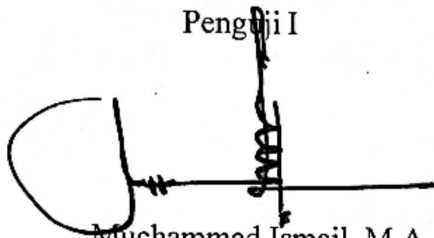
NIP: 198005032009121003

PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh Shelvía Wiko Halimatus Sadiah dengan judul **“Strategi Marketing Gemoy Prabowo-Gibran pada Pemilu 2024 di Kota Surabaya”** telah dipertahankan dan dinyatakan lulus di depan Tim Penguji Skripsi pada tanggal 19 Juni 2025.

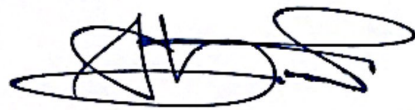
Tim Penguji Skripsi

Penguji I



Muchammad Ismail, M.A.
NIP. 198005032009121003

Penguji II



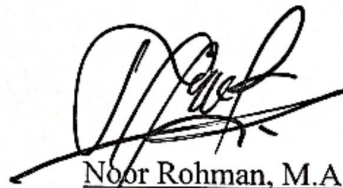
Dr. M Zainor Ridho, M.Si
NIP. 198007212009121005

Penguji III



H. Muhdi, M.Si
NIP. 197206262007101005

Penguji IV



Noor Rohman, M.A.
NIP. 198510192015031001

Surabaya, 19 Juni 2025

Mengesahkan,

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dekan



Prof. Dr. Abd. Chalik, M.Ag
NIP. 197306272000031002



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Shelvía Wiko Halimatus Sa'diah
NIM : 10040121103
Fakultas/Jurusan : FISIP / Ilmu Politik
E-mail address : _____

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

STRATEGI MARKETING GEMOY PRABOWO-GIBRAN PADA PEMILU 2024
DI KOTA SURABAYA

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya,

Penulis


(SHELVIA WIKO H.S)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Pemilu serentak di Indonesia, yang mulai diterapkan secara penuh pada tahun 2019, telah menjadi salah satu reformasi signifikan dalam sistem demokrasi negara ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi marketing politik yang diterapkan oleh pasangan calon presiden dan wakil presiden, Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka, dalam konteks Pemilu 2024, khususnya di Kota Surabaya. Melalui pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini menggali pandangan para masyarakat mengenai efektivitas strategi yang digunakan, termasuk pemanfaatan media sosial, penguatan jaringan relawan, dan penyelenggaraan acara publik interaktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi marketing politik yang terintegrasi ini tidak hanya berfokus pada pencitraan, tetapi juga berupaya membangun koneksi yang lebih dalam antara calon pemimpin dan pemilih, serta mendorong keterlibatan aktif dalam proses demokrasi. Meskipun referensi akademik yang spesifik mengenai konteks politik di Surabaya masih terbatas, praktik yang diterapkan oleh Prabowo Gibran mencerminkan tren yang lebih luas dalam kampanye politik modern. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman tentang dinamika komunikasi politik dan strategi kampanye yang efektif dalam konteks pemilihan umum di Indonesia.

Kata kunci: Pemilu serentak, strategi marketing politik, Prabowo Subianto, Gibran Rakabuming Raka, Kota Surabaya, komunikasi politik.

ABSTRACT

The simultaneous elections in Indonesia, fully implemented in 2019, have become a significant reform in the country's democratic system. This study aims to analyze the political marketing strategies employed by the presidential and vice-presidential candidates, Prabowo Subianto and Gibran Rakabuming Raka, in the context of the 2024 elections, particularly in Surabaya. Utilizing a descriptive qualitative approach, this research explores the perspectives of political elites regarding the effectiveness of the strategies used, including the utilization of social media, strengthening volunteer networks, and organizing interactive public events. The findings indicate that this integrated political marketing strategy not only focuses on image-building but also seeks to establish deeper connections between the candidates and voters, while encouraging active participation in the democratic process. Although specific academic references regarding the political context in Surabaya remain limited, the practices implemented by Prabowo and Gibran reflect broader trends in modern political campaigning. This study is expected to contribute significantly to the understanding of the dynamics of political communication and effective campaign strategies within the context of elections in Indonesia.

Keywords: Simultaneous elections, political marketing strategies, Prabowo Subianto, Gibran Rakabuming Raka, Surabaya, political communication.

DAFTAR ISI

PENANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Kajian Pustaka	7
F. Sistematika Penulisan	15
BAB II PERSPEKTIF TEORITIS DAN ARGUMENTASI UTAMA.....	20

A. Teori Marketing Politik.....	20
B. Argumentasi Utama	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
1. Jenis dan Masalah Penelitian.....	28
2. Unit dan Peringkat Analisis	30
3. Situasi Sosial, Sampel dan Teknik Sampling.....	32
a) Situasi Sosial	32
b) Sampel.....	33
c) Teknik Sampling	34
4. Teknik Pengumpulan Data	34
a) Wawancara	35
b) Dokumentasi.....	38
5. Teknik Analisis Data.....	39
6. Teknik Validasi Data	40
BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
1. Terbentuknya Koalisi Prabowo-Gibran	42
2. Strategi Maketing Politik Prabowo-Gibran di Kota Surabaya	53
a) Pemanfaatan Media Sosial	54
b) Penguatan Jaringan Relawan	55
c) Penyelenggaraam Acara Publik Interaktif.....	56

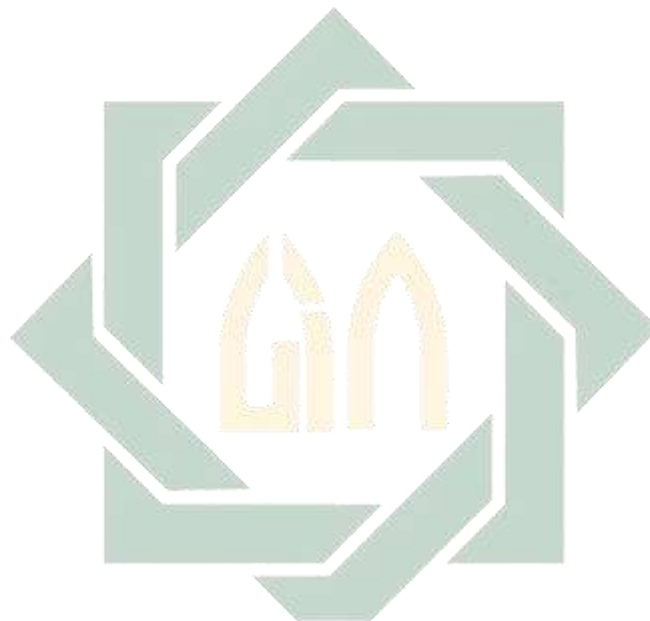
d) Program Sosial dan Inisiatif Masyarakat	59
3. Pandangan Masyarakat Terhadap Strategi Marketing Politik	
Prabowo Gibran	61
a) Pemanfaatan Media Sosial	62
b) Penguatan Jaringan Relawan	75
c) Penyelenggaraan acara publik interaktif	89
d) Program Sosial dan Inisiatif Masyarakat	98
BAB V PENUTUP	109
1. Kesimpulan	109
2. Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN	115
1. Transkrip Wawancara	115
2. Dokumentasi	120

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Segmentasi, Targeting, Positioning dalam Firmanzah (2012:189)..... 26

Tabel 3. 1 Nama Informan Penelitian 37

Tabel 4. 1 Tabel Partai Koalisi Pasangan Prabowo-Gibran..... 45



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Hasil Perolehan suara calon Presiden dan Wakil Presiden di Kota Surabaya.....	53
---	----



DAFTAR PUSTAKA

- A., M. M. (2017). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Alinda Hardiantoro, I. E. (2024, April 24). *Daftar Partai Koalisi Prabowo-Gibran Usai Ditetapkan Jadi Presiden dan Wakil Presiden Terpilih*. Retrieved from Kompas:
<https://www.kompas.com/tren/read/2024/04/24/140000665/daftar-partai-koalisi-prabowo-gibran-usai-ditetapkan-jadi-presiden-dan?page=all>
- Bismar Harris Satriawan, A. H. (2025). Politainment in the 2024 Indonesian Presidential Election and Positioning in Downstream Industry. *Politainment in the 2024 Indonesian Presidential Election and Positioning in Downstream Industry*, 1-15.
- Ch, H. N. (2008). *Bangsa Gagal Mencari Identitas Kebangsaan*. Yogyakarta: LKIS.
- Diah Fatma Sjoraida, A. R. (2024). Political Communication Strategy for Winning the Prabowo-Gibran Pair in West Java in the 2024 Elections. *Kisa Institute, Volume 1, No. 7*, 1-15.
- Dwiastuti, F. (2024). Strategi Perolehan Suara Lintas Generasi Prabowo-Gibran pada Pemilihan Umum 2024. *CSIS Commentaries 0102024*.
- Enralin, J. (2024). Political Marketing Pasangan Prabowo-Gibran Melalui Media Sosial Instagram selama Masa Kampanye Pemilu Presiden dan Wakil Presiden 2024. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research Volume 4 Nomor 3*, 14977-14991.
- Fathana, N. W. (2024). Social Media Dynamics in Indonesian Politics: Social Media Political Marketing and Branding in the 2024 Presidential Elections. *The Kyoto Conference on Arts, Media & Culture 2024*.
- Firmanzah. (2012). *Marketing Politik : Antara Pemahaman dan Realitas Edisi Revisi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

- Hadari, N. (2007). *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kurniawan, I. (2024). Strategi Marketing Politik dan Personal Branding Prabowo Subianto dalam Pemilu Presiden 2024. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Vol. 29 No. 1*.
- Muhammad Maulana, B. h. (2024). Politik Dan Ai: Gaya Komunikasi Kampanye Politik Capres Prabowo-Gibran. *Jurnal Komunikasi dan Media, Vol. 04 No. 02*, 159-169.
- Pandagi, H. (2019). Strategi Politik Partai Gerindra Dalam Memenangkan Calon Legislatif Pada Pemilu 2019.
- Prisgunanto, I. (2008). *Komunikasi Pemasaran Strategi&Taktik*. Ghalia Indonesia.
- Radians Krisna Febriandy, T. M. (2024). Humor, Symbols, and Power: Prabowo-Gibran Political Memes on Social Media in the 2024 Presidential Election. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia 9, no. 2*, 537-548.
- Rizka Romadonna, R. A. (2024). Dinamika Kampanye Politik Di Era Digital: Analisis Strategi Gimik Media Sosial Prabowo Gibran Pemilu 2024. *Jurnal Pemasaran Bisnis Vol 6, No.3*.
- Sidik, F. M. (2023, November 24). *Prabowo Hadiri Dialog Terbuka Muhammadiyah di Surabaya*. Retrieved from detikNews: <https://news.detik.com/pemilu/d-7053776/prabowo-hadiri-dialog-terbuka-muhammadiyah-di-surabaya>
- Sugiono. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surabaya, K. K. (2024, Maret 20). *Hasil Perolehan Suara Calon Presiden dan Wakil Presiden di Kota Surabaya*. Retrieved from <https://kota-surabaya.kpu.go.id/index.php/blog/read/hasil-penghitungan-perolehan-suara-pasangan-calon-presiden-dan-wakil-presiden>

Totok Ony Wijanarko, Y. D. (2025). Political Branding of Prabowo Subianto in Instagram During the Presidential Campaign in 2024. *Journal of Digital Marketing and Communication* 5, no. 1, 34-47.

Varma, S. (1987). *Teori Politik Modern*. Jakarta: Rajawali Pres.

Widdy Widiyaningrum, F. A. (2024). Strategi Marketing Politik Dpd Partai Gerindra Jawa Barat Melalui Sayap Pira Pada Pemilu 2024. *Jurnal Agregasi : Jurnal Aksi Reformasi Government Dalam Demokrasi Volume 11– Nomor 2*, 148-160.

Widiyana, E. (2024, September 2024). *Final Rekapitulasi Pilpres 2024 di Jatim: Prabowo-Gibran Menang Telak*. Retrieved from Detik Jatim: <https://www.detik.com/jatim/berita/d-7235571/final-rekapitulasi-pilpres-2024-di-jatim-prabowo-gibran-menang-telak>

Willi Irawan, A. P. (2024, Februari 9). *AHY ajak masyarakat Surabaya menangkan Prabowo-Gibran*. Retrieved from Antaranews: <https://www.antaranews.com/berita/3956394/ahy-ajak-masyarakat-surabaya-menangkan-prabowo-gibran>

Winarni, E. W. (2018). *Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A