

DAFTAR ISI

Abstrak.....	ii
Abstract.....	iii
Halaman Persembahan.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GRAFIK.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Pertanyaan Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Kebaruan Penelitian	5
1.7 Sistematika Penelitian	11
BAB II.....	13
REKONTEKSTUALISASI BRANDING, KANDIDAT PARTAI POLITIK, DAN MEDIA SOSIAL TIKTOK.....	13
2.1 Partai Politik dan Rekontekstualisasi Branding Berbasis Kandidat.....	13
2.2 Branding Partai Politik Melalui TikTok.....	14
2.3 Strategic Branding Melalui Rekontekstualisasi Menurut Mitsikopoulou (2008) dan Integrasi dengan Teori Pendukung.....	15
2.4 Kerangka Konsep Penelitian	18
BAB III	23
METODOLOGI.....	23
3.1 Paradigma Penelitian.....	23
3.2 Pendekatan Penelitian	24
3.3 Metode Penelitian.....	24



3.4 Jenis Penelitian	24
3.5 Subjek dan Objek Penelitian	25
3.6 Teknik Pengumpulan Data	25
3.7 Jenis dan Sumber Data	26
3.8 Pemetaan Jenis Data terhadap Tujuan Penelitian.....	27
3.9 Teknik Analisis Data	28
3.10 Sintesis Metodologis Berparadigma Konstruktivis.....	33
BAB IV	34
RECONTEXTUALIZATION BRANDING @PARTAIGERINDRA DALAM MEMBENTUK CITRA PRABOWO SUBIANTO PADA PILPRES 2024	34
4.1 Core Values & Brand Essence	34
4.2 Storytelling & Simbolisme.....	62
4.3 External & Internal Branding.....	76
4.4 Emotional Dimension.....	81
4.5 Hasil dan Pembahasan.....	105
BAB V	110
Kesimpulan dan Saran	110
5.1 Kesimpulan.....	110
5.2 Implikasi Penelitian.....	111
5.3 Keterbatasan Penelitian	112
5.4 Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Solidaritas Kemanusiaan.....	34
Gambar 4.2 Sinergi Religiusitas dan Nasionalisme.....	36
Gambar 4.3 Bantuan Kemanusiaan Indonesia ke Palestina.....	38
Gambar 4.4 Seruan Politik Damai Prabowo-Gibran.....	39
Gambar 4.5 Indonesia Sejahtera bersama Prabowo-Gibran	41
Gambar 4.6 Seruan Kemandirian Bangsa Indonesia	43
Gambar 4.7 Rekontekstualisasi Pengabdian	45
Gambar 4.8 Kampanye Debat Calon Presiden	47
Gambar 4.9 Kampanye Prabowo Subianto.....	49



Gambar 4.10 Solusi untuk Kemanjauan Bangsa	51
Gambar 4.11 Branding Visualisasi Hewan Peliharaan	53
Gambar 4.12 Pengakuan Identitas Lokal (Dayak)	55
Gambar 4.13 Debat Calon Wakil Presiden (Gibran)	57
Gambar 4.14 Pidato Perdamaian Prabowo-Gibran	58
Gambar 4.15 Kampanye Prabowo-Gibran di Sulawesi Utara	60
Gambar 4.16 Transformasi Citra melalui Simbol “Gemoy”	63
Gambar 4.17 Sebutan Bapak Negara	64
Gambar 4.18 Kota Sibolga Bersama Prabowo-Gibran	66
Gambar 4.19 Simbol Kekuatan dan Energi Calon Pemimpin	68
Gambar 4.20 Validasi Keunggulan Calon Pemimpin	69
Gambar 4.21 Upaya Legitimasi Kemenangan	71
Gambar 4.22 Narasi Keseimbangan Calon Pemimpin Bangsa	73
Gambar 4.23 Menuju Kemenangan Prabowo-Gibran	74
Gambar 4.24 Kampanye di Sulawesi Selatan	77
Gambar 4.25 Bimbingan Teknis Sebagai Konsolidasi Politik	79
Gambar 4.26 Masyarakat Akar Rumput Adalah Kekuatan	80
Gambar 4.27 Komunikasi Politik Dari Kaku Ke Cair	83
Gambar 4.28 Politik Partisipatif dan Gen-Z	85
Gambar 4.29 Membangun Kedekatan Dengan Masyarakat	87
Gambar 4.30 Mitos dari kalimat “Kemenangan Adalah Takdir”	88
Gambar 4.31 Rima Politik Indonesia Emas 2045	90
Gambar 4.32 Kekuatan Politik “Emak-Emak”	92
Gambar 4.33 Retorika Politik dan Selebritas	94
Gambar 4.34 Lokalisme dalam Retorika Politik	96
Gambar 4.35 Strategi Mobilisasi Masyarakat Akar Rumput	97
Gambar 4.36 Visi Calon Pemimpin Negara di Ranah Lokal	99
Gambar 4.37 Solidaritas Masyarakat Tapanuli	101
Gambar 4.38 Kepemimpinan sebagai Jembatan	103
Gambar 4.39 Sinfoni Kemenangan Prabowo-Gibran	105

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Elemen Teori Mitsikopoulou (2008)	18
Tabel 2.2 Coding Frame	18
Tabel 3.1 Pemetaan Jenis Data terhadap Tujuan Penelitian	26
Tabel 3.2 Coding Sheets	29
Tabel 3.3 Penerapan Coding Sheets.....	30
Tabel 4.1 Solidaritas Kemanusiaan.....	34
Tabel 4.2 Sinergi Religiusitas dan Nasionalisme	36
Tabel 4.3 Bantuan Kemanusiaan Indonesia ke Palestina.....	38
Tabel 4.4 Seruan Politik Damai Prabowo-Gibran	39
Tabel 4.5 Indonesia Sejahtera bersama Prabowo-Gibran	41
Tabel 4.6 Seruan Kemandirian Bangsa Indonesia	43
Tabel 4.7 Rekontekstualisasi Pengabdian.....	45
Tabel 4.8 Kampanye Debat Calon Presiden	47
Tabel 4.9 Kampanye Prabowo Subianto.....	49
Tabel 4.10 Solusi untuk Kemanjuran Bangsa	51
Tabel 4.11 Branding Visualisasi Hewan Peliharaan.....	53
Tabel 4.12 Pengakuan Identitas Lokal (Dayak).....	55
Tabel 4.13 Debat Calon Wakil Presiden (Gibran)	57
Tabel 4.14 Pidato Perdamaian Prabowo-Gibran.....	59
Tabel 4.15 Kampanye Prabowo-Gibran di Sulawesi Utara	60
Tabel 4.16 Transformasi Citra melalui Simbol “Gemoy”	63
Tabel 4.17 Sebutan Bapak Negara.....	64
Tabel 4.18 Kota Sibolga Bersama Prabowo-Gibran.....	66
Tabel 4.19 Simbol Kekuatan dan Energi Calon Pemimpin	68
Tabel 4.20 Validasi Keunggulan Calon Pemimpin.....	70
Tabel 4.21 Upaya Legitimasi Kemenangan.....	71
Tabel 4.22 Narasi Keseimbangan Calon Pemimpin Bangsa	73
Tabel 4.23 Menuju Kemenangan Prabowo-Gibran	75
Tabel 4.24 Kampanye di Sulawesi Selatan.....	77
Tabel 4.25 Bimbingan Teknis Sebagai Konsolidasi Politik	79
Tabel 4.26 Masyarakat Akar Rumput Adalah Kekuatan	81
Tabel 4.27 Komunikasi Politik Dari Kaku Ke Cair.....	83
Tabel 4.28 Politik Partisipatif dan Gen-Z	85
Tabel 4.29 Membangun Kedekatan Dengan Masyarakat	87
Tabel 4.30 Mitos dari kalimat “Kemenangan Adalah Takdir”	89
Tabel 4.31 Rima Politik Indonesia Emas 2045.....	90
Tabel 4.32 Kekuatan Politik “Emak-Emak”	92
Tabel 4.33 Retorika Politik dan Selebritas	94



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

**RECONTEXTUALIZATION BRANDING MELALUI KONTEN TIKTOK AKUN @PARTAIGERINDRA PADA
PEMILIHAN PRESIDEN 2024**

Nurmianti, Prof. Nyarwi Ahmad, Ph.D

Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

Tabel 4.34 Lokalisme dalam Retorika Politik	96
Tabel 4.35 Strategi Mobilisasi Masyarakat Akar Rumput.....	98
Tabel 4.36 Visi Calon Pemimpin Negara di Ranah Lokal.....	99
Tabel 4.37 Solidaritas Masyarakat Tapanuli	101
Tabel 4.38 Kepemimpinan sebagai Jembatan.....	103
Tabel 4.39 Sinfoni Kemenangan Prabowo-Gibran.....	105
Tabel 4.40 Proses transformasi	108

DAFTAR GRAFIK

Grafik 2.1 Kerangka Konsep	17
Grafik 3.1 Teknik Analisis Data	27