

Kampanye politik di media sosial di kalangan pemilih pemula dan implikasinya dalam ketahanan politik Wilayah DKI Jakarta : studi kasus kemenangan Jokowi dalam Pilkada DKI Jakarta tahun 2012 = Political campaign in social media for early voters and its implications to xviii, the political resilience in DKI Jakarta : case study in Jakarta governor election year of 20120

Dahnia Rakhmasari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20403689&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini mendeskripsikan tentang Peran Media sosial sebagai sarana dalam Kampanye Politik dan Pembentukan Personal Brand bagi Joko Widodo sebagai sarana untuk mempengaruhi pemilih pemula dalam Pemilihan Gubernur DKI Jakarta tahun 2012. Data Pemilih Pemula diambil sampel 100 orang di SMA di (Lima) Wilayah DKI Jakarta, dengan memberikan kuesioner pertanyaan terdiri dari 3 (tiga) variabel, yaitu : Media Sosial, Personal Brand dan Keputusan Memilih.

Metode Penelitian yang digunakan adalah Analisis kualitatif yang didukung data hasil survey, data akan ditabulasikan kemudian digunakan untuk menjelaskan implikasi antar variabel. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah dengan wawancara mendalam dengan informan serta adanya acuan teori-teori sebagai dasar pemikiran penelitian yang selanjutnya di triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Wawancara dengan Nara Sumber dilakukan terhadap Ir. Joko Widodo (Mantan Gubernur DKI Jakarta sekarang Presiden RI), Alexander Ferry (Founder Jasmev), Jose Rizal (Founder Politicawave) dan Bapak Eko Haryadi (Humas Pemprov DKI Jakarta). Teori-teori yang digunakan dalam analisis Tesis yaitu: Statistik Deskriptif, Kampanye Politik, Teori Kharismatik, Brand Personality, Teori Media Baru, Teori Keputusan Memilih dan Ketahanan Politik.

Penelitian ini melihat bagaimana relevansi keberhasilan Jokowi dalam menerapkan Konsep Personal Branding yaitu Positioning, Differensiasi dan Brand Image (PDB) dalam menaikkan popularitasnya sehingga Pemilih Pemula memberikan suaranya pada Pilkada DKI Jakarta 2012 kemarin dan berhasil membawa Jokowi menuju kemenangan. Dihubungkan dengan Ketahanan Politik, akan diteliti apakah Media sosial dapat efektif mendukung Ketahanan Politik atau sebaliknya akan menjadi ancaman bagi Ketahanan Politik Wilayah DKI Jakarta.

.....This research describe about the role of social media as one of Political Campaign tools that had been chosen by Jokowi and successfully brought big impacts for early voters in choosing Jokowi as a DKI Jakarta Governor. Sample Data were taken for 100 high school students by giving the questionnaire. Questions consists of 3 variables: Social media, Personal branding and votes decision.

Research method used is qualitative analysis supported with Survey and used to explain the implications between variables. Another techniques which used to collect the data was by in-depth interviews with informants and the existence of reference as basic theories thought that research next in triangulation source to test the credibility of the data and checking the data has been obtained through several sources done. With in-depth Interviews with sources: Ir. Joko Widodo (Former Governor DKI Jakarta), Alexander Ferry (Founder of JASMEV), Jose Rizal (Founder Politicawave), Eko Haryadi (Public Relations Pemprov DKI

Jakarta). Analysis using some theories are: Descriptive statistics, a political campaign, charismatik theory, brand personality, the theory of new media, political decision theory.

This research is to learn the relevance of Jokowi in applying the concept of personal branding that are: positioning, differentiation and the brand image (GDP) so that voters give their vote on Jakarta Governor Election 2012 and succeeded in carrying Jokowi to victory. Along with the political resilience, whether social media can be effective to support the political resilience or vice versa, will be a threat to the political resilience in DKI Jakarta.