

Hubungan Masyarakat di Kampanye Pemilihan Umum Presiden 2014: Menganalisa strategi komunikasi politik Joko Widodo sebagai calon presiden = Public Relations in Indonesian Presidential Election 2014 Campaign: Analyzing the political communication strategy of Joko Widodo as presidential candidate

Muhammad Aditya Fide, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20424034&lokasi=lokal>

Abstrak

Makalah ini akan difokuskan kepada peran hubungan masyarakat dalam rangka mendukung kampanye salah satu pemenang pemilihan presiden lalu, yaitu Joko Widodo (dikenal sebagai Jokowi). Kemenangan Jokowi dalam pemilu dikarenakan oleh penggunaan media yang maksimal selama masa kampanye oleh tim kampanye Jokowi. Tim kampanye bisa membantu Jokowi untuk mendapatkan pendukung dan memenangkan pemilu di banyak provinsi di Indonesia. Jokowi adalah salah satu kandidat yang unik karena pesan yang disampaikan dalam kampanyenya sangat kuat dan berbeda. Berbeda dengan kandidat lainnya yang lebih memfokuskan kepada seberapa kuat kekuatan politik mereka dan image mereka sebagai orang yang elite. Kampanye Jokowi lebih memfokuskan kepada imagenya sebagai orang yang rendah hati dan dekat dengan rakyatnya. Makalah ini juga akan membahas sarana yang digunakan oleh praktisi humas selama masa kampanye Jokowi. Makalah ini juga akan menentukan peran hubungan masyarakat dalam proses Jokowi untuk menjadi pemenang dalam pemilu.

<hr>

This paper will be focused on the role of public relations in order to support the campaign of one of the last presidential election winner, Joko Widodo (as known as Jokowi). The victory of Jokowi in the election is because of numerous uses of media in his campaign by their campaign team. His campaign team was able to help Jokowi to gain voters and win the election in many provinces in Indonesia. This pair is one of the unique candidates for Indonesian president because of his strong and different campaign messages. Other candidates were mostly focused on how strong they are politically and portrait themselves as the person who are majestic. However Jokowi's campaign is different where he will be more likely to be seen as a humble man who is really close to their people. This paper also examines the tools used by public relations practitioners in regard of Jokowi's campaign. It will also determine the role of public relations in the process of Jokowi's way to be the winner of the election.