

Peran Organisasi Tunasi Indonesia Raya (TIDAR) dalam membangun partisipasi kelompok millennial melalui kampanye kreatif untuk memilih Anies-Sandi pada Pilkada DKI Jakarta tahun 2017 = The role of Tunas Indonesia Raya (Tidar) towards political participation for millennials through creative campaigns to vote for Anies-Sandi in the 2017 gubernatorial election of special region of Jakarta

Thohir Husin Baagil, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20490763&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Skripsi ini menjelaskan pengaruh kampanye kreatif Tunas Indonesia Raya dalam membangun partisipasi kelompok millennials untuk memilih Anies-Sandi pada Pilkada DKI Jakarta Tahun 2017. Penelitian ini mencoba untuk melihat bagaimana kampanye kreatif di sosial media dapat menjadi strategi untuk membangun citra Anies-Sandi dan melihat jangkauan dari kampanye tersebut. Metode penelitian dalam tulisan ini adalah kualitatif dengan melakukan wawancara kepada narasumber yang telah ditetapkan dan pengumpulan rekam jejak digital terkait kampanye kreatif Anies-Sandi. Hasil penelitian dalam tulisan ini adalah kampanye kreatif Tidar berhasil menguatkan personalitas kandidat Anies-Sandi serta efek jangkauannya sampai mempengaruhi publisitas di media massa sebagai alternatif dalam menghadapi mahalannya pembiayaan pentas politik di Indonesia.

<hr>

ABSTRACT

This research tries to explain the influence of creative campaigns conducted by Tunas Indonesia Raya to build Millennials political participation in voting for Anies-Sandi in the Gubernatorial Election of Special Region of Jakarta (DKI Jakarta). This research tries to see at how social medias creative campaigns could be a strategy to build an image for Anies-Sandi and to see the campaigns outreach. This research uses qualitative method by conducting interviews with established souces and collecting digital track records in accordance to Anies-Sandis creative campaign. The results of this research show that Tidars creative campaign succeeded in strengthening the perceived personality of the candidate, and the campaigns outreach impact influenced the publicity in the mass media. This campaign could become an alternative method in the high cost of political stage funding in Indonesia.