

Problematic penggunaan Facebook sebagai alat kampanye kandidat dalam memengaruhi preferensi pemilih muda: studi kasus putaran kedua pemilihan Gubernur DKI Jakarta tahun 2017 = Problematic use of Facebook as a candidate campaign tool in affecting young selection preferences: case study of the second round selection of the Governor of DKI Jakarta in 2017

Arfianto Purbolaksono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20500377&lokasi=lokal>

Abstrak

Penggunaan media sosial, khususnya facebook sebagai alat kampanye marak dilakukan pada Pemilu di era Reformasi. Pada putaran kedua Pilkada DKI Jakarta 2017, kedua kandidat yang bersaing yaitu pasangan Basuki Tjahaja Purnama (Ahok)-Djarot Saiful Hidayat dan pasangan Anies Baswedan-Sandiaga Uno sama-sama menggunakan facebook sebagai salah satu alat kampanyenya. Tujuannya sebagai upaya menjangkau pemilih khususnya pemilih muda. Dengan demikian, penelitian ini ingin mengetahui dan menjelaskan problematik penggunaan Facebook sebagai alat kampanye oleh dua pasangan Calon Gubernur dan Wakil Gubernur dalam mempengaruhi preferensi pemilih pemula pada putaran kedua Pilkada DKI Jakarta 2017. Untuk menjelaskan pengaruh media sosial terhadap preferensi pemilih pemula, penelitian ini menggunakan Media System Dependancy Theory atau teori sistem ketergantungan media. Beberapa temuan dalam penelitian ini yaitu pertama, terkait penggunaan facebook sebagai alat kampanye dapat dilihat dengan menggunakan manajemen kampanye. Manajemen kampanye yang baik dilakukan sesuai dengan perencanaan, dilaksanakan secara konsisten dan secara berkala dilakukan proses evaluasi. Kedua, model pengemasan pesan kampanye di facebook harus disesuaikan dengan tujuan dari kampanye yaitu untuk memobilisasi dukungan untuk kandidat. Ketiga, pemilih muda lebih banyak menggunakan platform media sosial Instagram dibandingkan Facebook. Keempat, facebook dan platform media sosial lainnya tidak menjadi faktor utama terhadap pembentukan preferensi bagi pemilih pemula pada Pilkada DKI Jakarta 2017 di putaran kedua. Faktor lainnya adalah saluran informasi lain seperti media televisi, youtube, berita online. Kemudian selain itu terdapat juga faktor lingkungan seperti teman, keluarga, dan Gerakan Bela Islam 212.

The use of social media, especially Facebook as a campaign tool, is rampant during the Elections in the Reformation era. In the second round of the 2017 DKI Jakarta Pilkada, the two competing candidates, namely the Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) -Djarot Saiful Hidayat pair and the Anies Baswedan-Sandiaga Uno pair both used Facebook as one of their campaign tools. The aim is to reach out to voters, especially young voters. Thus, this study wants to find out and explain the problematic use of Facebook as a campaign tool by two pairs of candidates for governor and deputy governor in influencing the preferences of novice voters in the second round of the 2017 DKI Jakarta elections. To explain the effect of social media on the preferences of novice voters, this study uses The Media System Dependency Theory. Some of the findings in this study are first, related to the use of Facebook as a campaign tool that can be seen using campaign management. Good campaign management is carried out according to plan, carried out consistently and the evaluation process is carried out periodically. Second, the model of packaging campaign messages on Facebook must be adapted to the purpose of the campaign to mobilize support for candidates. Third, young

voters use the Instagram social media platform more than Facebook. Fourth, Facebook and other social media platforms are not a major factor in the formation of preferences for novice voters in the second round of the 2017 DKI Jakarta elections. Another factor is other information channels such as television media, youtube, online news. Then besides that, there are also environmental factors such as friends, family, and the Islamic Defending Movement 212.