

## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Departemen Ilmu Komunikasi**  
**Konsentrasi *Public Relations***  
**Ulfaneza Maulidha**  
**Strategi Kampanye Ahok – Djarot dalam Pencalonan Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta Pilkada 2017 Melalui Media Sosial**  
**Tahun Skripsi: 2017 + 145 halaman + 43 gambar + 1 tabel + 3 grafik**  
**Daftar Pustaka: 16 buku + 4 jurnal + 38 sumber online**

Munculnya media sosial dengan pengguna yang begitu masif dimanfaatkan oleh para pelaku politik untuk memasarkan program dan visi & misi menjelang pemilu berlangsung. Salah satu pelaku politik tersebut adalah Ahok – Djarot, merupakan kandidat sangat kontroversial pada Pilkada 2017. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi kampanye Ahok – Djarot dalam pencalonan gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta Pilkada 2017 melalui media sosial meliputi *facebook, twitter, dan instagram*. Kajian Pustaka yang digunakan adalah komunikasi politik, pemasaran politik, strategi kampanye.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif bersifat deskriptif-analitis. Sementara metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara. Beberapa *follower* Ahok – Djarot diambil berdasarkan *snow ball sampling* sebagai data pendukung. Teknik analisis data adalah analisis data kualitatif menggunakan metode perbandingan yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan menarik simpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tim sukses sebelumnya tidak melakukan riset pasar mengenai pengguna media sosial di DKI Jakarta. Gempuran cuitan yang dilakukan oleh tim sukses, *buzzer*, artis, dan juga pendukung lainnya kalah saing dengan pendukung kandidat lainnya yang senantiasa menampilkan simbol – simbol kebaikan, Islam, berkerudung dipadu dengan pakaian yang bernuansa putih. Hal ini dikarenakan Basuki Tjahaja Purnama merupakan kaum minoritas, dan memiliki pembawaan yang tegas dengan gaya bicara yang keras. Program yang telah terealisasi tidak begitu dihiraukan, melainkan aspek SARA lebih mendominasi pada Pilkada DKI Jakarta 2017.

**Kata kunci : Strategi kampanye, media sosial, komunikasi politik**

## ABSTRACT

**Muhammadiyah University of Yogyakarta**  
**Faculty of Social and Politics Science**  
**Department of Communication Studies**  
**Concentration of Public Relations**  
**Ulfaneza Maulidha**  
**Campaign Strategies of Ahok - Djarot at DKI Jakarta Governor and Vice Governor Election 2017 In Social Media**  
**Thesis Year: 2017 + 145 pages + 43 images + 1 table + 3 charts**  
**Literature: 16 books + 4 journals + 38 online sources**

The emergence of social media with users who are so massive used by political actors to market programs and vision & mission ahead of the election took place. One of the political actors is Ahok - Djarot, a very controversial candidate at DKI Jakarta governor election 2017. This study aims to analyze the campaign strategies of Ahok - Djarot at DKI Jakarta governor and vice governor election 2017 in social media including facebook, twitter, and instagram. The literature review used is political communication, political marketing, campaign strategy.

The research method used in this study is qualitative approach and descriptive-analytical. While the method of data collection using observation, interview. Some follower Ahok - Djarot taken based on snow ball sampling as supporting data. Data analysis technique is qualitative data analysis using comparison method consisting of data reduction, data presentation, and draw conclusion.

The results of this study indicate that the previous successful team did not conduct market research on social media users in DKI Jakarta. The tweet performed by successful teams, buzzers, artists, and other supporters is losing competitiveness with the supporters of his opponent who always display the symbols of goodness, Islam, hijab combined with white dress. This is because Basuki Tjahaja Purnama is a minority, and has a tough attitude with a loud style of speech. Programs that have been realized not so much attention, but the more dominant religion & rasical issue at DKI Jakarta governor and vice governor election 2017.

**Keywords: Strategies campaign, social media, political communication**