

Peran akun media sosial resmi Facebook, Twitter, dan Instagram tim sukses Ahok-Djarot dan Anies-Sandi pada Pilkada DKI Jakarta 2017 putaran kedua = The role of official social media account Facebook, Twitter, and Instagram Ahok-Djarot and Anies-Sandi success team in Pilkada DKI Jakarta 2017 second round

Rana Anis Baswedan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20472539&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini akan membahas tentang bagaimana peran media sosial khususnya akun media sosial resmi Facebook, Twitter, dan Instagram tim Ahok-Djarot dan Anies-Sandi pada Pilkada DKI Jakarta 2017 putaran kedua, dengan menggunakan teori web campaigning serta konsep politik, media, dan demokrasi modern melalui metode penelitian kualitatif. Skripsi ini dimulai dengan memperlihatkan bahwa penggunaan media sosial dalam kampanye politik sudah menjadi fenomena new politics di banyak negara terutama di Amerika Serikat dan saat ini Indonesia sedang menuju arah yang sama. Dinamika perubahan regulasi pemilihan kepala daerah di Indonesia, yang salah satunya diterapkan oleh KPU dalam Pilkada DKI Jakarta 2017 diantaranya batasan pemasangan iklan bagi pasangan calon di media mainstream dan hal itu berdampak pada pasangan calon untuk meningkatkan intensitas turun langsung ke masyarakat di setiap daerah pemilihan, tentunya hal itu membutuhkan peningkatan anggaran dan waktu yang cukup besar. Dengan kondisi tersebut kampanye politik melalui media sosial terutama media sosial resmi yang didaftarkan ke KPU Jakarta, dikatakan berperan secara signifikan menjadi instrumen penting dalam memperkuat strategi politik tim sukses melalui pembangunan citra pasangan calon, mensosialisasikan visi, misi, dan program kerja, serta melakukan mapping isu yang menguntungkan pasangan calon melalui ketiga jenis media sosial resminya yaitu Facebook, Twitter, dan Instagram.

.....

This thesis will discuss about the role of social media especially official social media account Facebook, Twitter, and Instagram Ahok Djarot and Anies Sandi team in the second round election of DKI Jakarta 2017, using web campaigning theory and political, media and modern democracy concept through qualitative research methods. This thesis begins with the use of social media in politics that became a new political phenomenon in the United States and currently Indonesia is heading in the same direction. The dynamics of regulatory changes in local elections in Indonesia, conducted by KPU in the elections of DKI Jakarta 2017 limits of advertising in the mainstream media and that matter impact for the increase and decrease in electoral elections, of course it requires an increase in budget and time is quite large. With the condition, political campaign through of social media especially the official social media which register to KPU Jakarta, used as a big one becomes an important instrument in producing political strategies of candidate team for image development, socialize vision, mission, and program, along do mapping issue profitable to candidate through every types of official social media accounts Facebook, Twitter, and Instagram.