

PESAN POLITIK
PASANGAN CALON YOYOK SUKAWI-JOKO SANTOSO
DI INSTAGRAM @YOYOK_SUKAWI SELAMA MASA KAMPANYE
PILWAKOT SEMARANG 2024

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 dalam Ilmu Komunikasi



Disusun oleh :

ANGELICA NADYA PERMATASARI

21.M1.0025

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG

2025

PESAN POLITIK
PASANGAN CALON YOYOK SUKAWI-JOKO SANTOSO
DI INSTAGRAM @YOYOK_SUKAWI SELAMA MASA KAMPANYE
PILWAKOT SEMARANG 2024

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 dalam Ilmu Komunikasi



Disusun oleh :

ANGELICA NADYA PERMATASARI

21.M1.0025

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG

2025

**POLITICAL MESSAGES OF THE CANDIDATE PAIR YOYOK
SUKAWI-JOKO SANTOSO ON INSTAGRAM @YOYOK_SUKAWI
DURING THE 2024 SEMARANG MAYORAL ELECTION CAMPAIGN**

Angelica Nadya Permatasari

Soegijapranata Catholic University

Semarang

ABSTRACT

Mayoral candidates Yoyok Sukawi and Joko Santoso utilized social media as a political communication tool during the 2024 Semarang mayoral election campaign. One of the platforms they used was Instagram, which served as a medium for conveying political messages, shaping their public image, and garnering public support. The political messages posted on the @yoyok_sukawi account focused on their vision and mission, policy programs, and engagement with voters. This study employed a qualitative research method with a descriptive approach. Data were collected through semi-structured interviews, participatory observations, documentation of Instagram posts, and triangulation. The analysis process involved data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The findings indicate that the candidate pair's political messages incorporated rhetorical elements, political advertising, and propaganda. These messages were delivered through photo and video posts, as well as interactions via hashtags and *Comments* on Instagram. The communication strategies applied included expressive, conventional, and rhetorical logic to shape an image of leadership that is approachable and connected to the public. Additionally, they leveraged support from political figures and local *influencers* to expand the reach of their political messages throughout the campaign. The study concludes that the use of Instagram as a social media platform was an effective strategy for Yoyok Sukawi and Joko Santoso's political campaign in reaching the people of Semarang, particularly young voters. The candidates were able to build their image and increase voter engagement during the 2024 Semarang mayoral campaign by emphasizing a collaborative spirit.

Keywords: political messages, political communication, Semarang mayoral election, campaign, Instagram

**PESAN POLITIK PASANGAN CALON YOYOK SUKAWI-JOKO
SANTOSO DI INSTAGRAM @YOYOK_SUKAWI SELAMA MASA
KAMPANYE PILWAKOT SEMARANG 2024**

Angelica Nadya Permatasari

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang

ABSTRAK

Pasangan calon (paslon) Yoyok Sukawi-Joko Santoso menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi politik selama masa kampanye Pilwakot Semarang 2024. Salah satu platform yang digunakan adalah Instagram, yang berfungsi untuk menyampaikan pesan politik, membangun citra, dan menarik dukungan masyarakat. Pesan politik yang disampaikan melalui unggahan di akun @yoyok_sukawi berfokus pada visi-misi, program kerja, serta interaksi dengan pemilih. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi partisipatif, dokumentasi unggahan Instagram, dan triangulasi. Analisis dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan politik paslon menggunakan bentuk retorika, iklan politik, dan propaganda. Pesan politik paslon ini dikemas dalam bentuk unggahan foto, video, serta interaksi melalui fitur *hashtag* dan komentar di Instagram. Adapun strategi komunikasi yang diterapkan meliputi logika ekspresif, konvensional, dan retorik untuk membangun citra sebagai pemimpin yang dekat dengan masyarakat. Selain itu, mereka juga memanfaatkan dukungan dari tokoh politik dan *influencer* lokal untuk memperluas jangkauan penyebaran pesan politik selama kampanye. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial Instagram, menjadi strategi efektif dalam kampanye politik paslon Yoyok Sukawi-Joko Santoso untuk menjangkau masyarakat kota Semarang, khususnya anak muda. Paslon mampu membangun citra mereka serta meningkatkan keterlibatan pemilih selama masa kampanye Pilwakot Semarang 2024 dengan menekankan semangat kolaboratif.

Kata kunci : pesan politik, komunikasi politik, pilwakot Semarang, kampanye, Instagram