

**PENYAMPAIAN PESAN POLITIK CALEG PARTAI GOLKAR
DI DAPIL JAWA BARAT MELALUI MEDSOS
SELAMA MASA KAMPANYE PEMILU 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 Vionna Mulyono
21.M1.0015

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

2025

**PENYAMPAIAN PESAN POLITIK CALEG PARTAI GOLKAR
DI DAPIL JAWA BARAT MELALUI MEDSOS
SELAMA MASA KAMPANYE PEMILU 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 Vionna Mulyono

21.M1.0015

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

2025

**PENYAMPAIAN PESAN POLITIK CALEG PARTAI GOLKAR
DI DAPIL JAWA BARAT MELALUI MEDSOS
SELAMA MASA KAMPANYE PEMILU 2024**

Angelica Vionna Mulyono

**Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang**

ABSTRACT

This study discusses the delivery of political messages by legislative candidates (caleg) for the Indonesian House of Representatives (DPR RI) from the Golkar Party in their political campaigns through social media, particularly Facebook and Instagram. The aim of this research is to analyze how the candidates construct their political image by utilizing social media features and how this approach is linked to the dramatism theory. This study uses a qualitative method with a documentation analysis technique focused on the candidates' social media accounts. The findings reveal that the candidates' political communication strategies reflect the five elements of dramatism theory: act, scene, agency, purpose, and agent. The "act" is reflected in the candidates' posts and interactions with voters; the "scene" represents the visual context in the posts; "agency" refers to social media as a communication tool; "purpose" relates to increasing electability; and the "agent" is the candidate themselves as the central subject in digital campaigns. In conclusion, social media serves as a tool to build political image and foster closeness between candidates and voters. This research is expected to serve as a reference for political communication studies and offer insights for candidates to optimize their digital campaign strategies.

Keywords: *Digital campaign, DPR RI candidates, dramatism theory, political communication, social media.*

**PENYAMPAIAN PESAN POLITIK CALEG PARTAI GOLKAR
DI DAPIL JAWA BARAT MELALUI MEDSOS
SELAMA MASA KAMPANYE PEMILU 2024**

Angelica Vionna Mulyono

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang

ABSTRAK

Penelitian ini membahas terkait penyampaian pesan politik yang diterapkan oleh calon anggota legislatif (caleg) DPR RI dari Partai Golkar dalam kampanye politik mereka melalui media sosial, khususnya Facebook dan Instagram. Studi ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana caleg membangun citra politik mereka dengan memanfaatkan fitur-fitur media sosial serta bagaimana pendekatan tersebut dikaitkan dengan teori dramatisme. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis kualitatif dengan teknik studi dokumentasi terhadap akun media sosial caleg. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik caleg mencerminkan lima elemen dalam teori dramatisme, yaitu akting, adegan, agensi, tujuan, dan agen. Akting tercermin dalam unggahan dan interaksi caleg dengan pemilih, adegan menggambarkan konteks visual dalam unggahan, agensi mengacu pada media sosial sebagai alat komunikasi, tujuan berkaitan dengan peningkatan elektabilitas, dan agen merujuk pada caleg itu sendiri sebagai subjek utama dalam kampanye digital. Kesimpulannya, media sosial menjadi alat dalam membangun citra politik dan mendekatkan caleg dengan pemilih. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi studi komunikasi politik serta memberikan wawasan bagi caleg dalam mengoptimalkan strategi kampanye digital mereka.

Kata kunci: Caleg DPR RI, kampanye digital, komunikasi politik, media sosial, teori dramatisme.