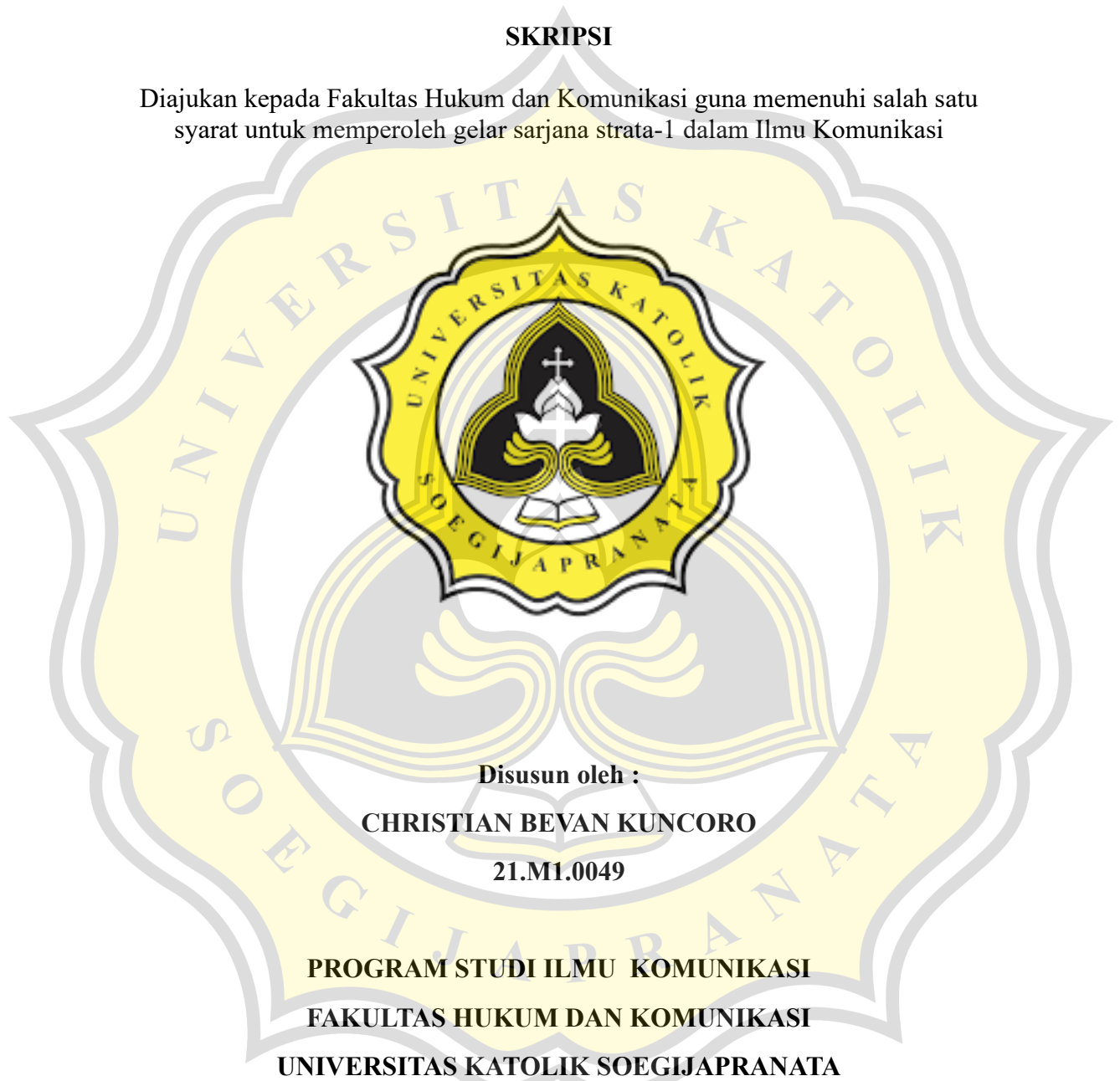


**KAMPANYE POLITIK
DR. HJ. EISTI'ANAH DAN MUHAMMAD BADRUDDIN, M.Pd
DI TIGA METODE KAMPANYE SELAMA MASA KAMPANYE
PILKADA KABUPATEN DEMAK 2024**

SKRIPSI

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



Disusun oleh :

CHRISTIAN BEVAN KUNCORO

21.M1.0049

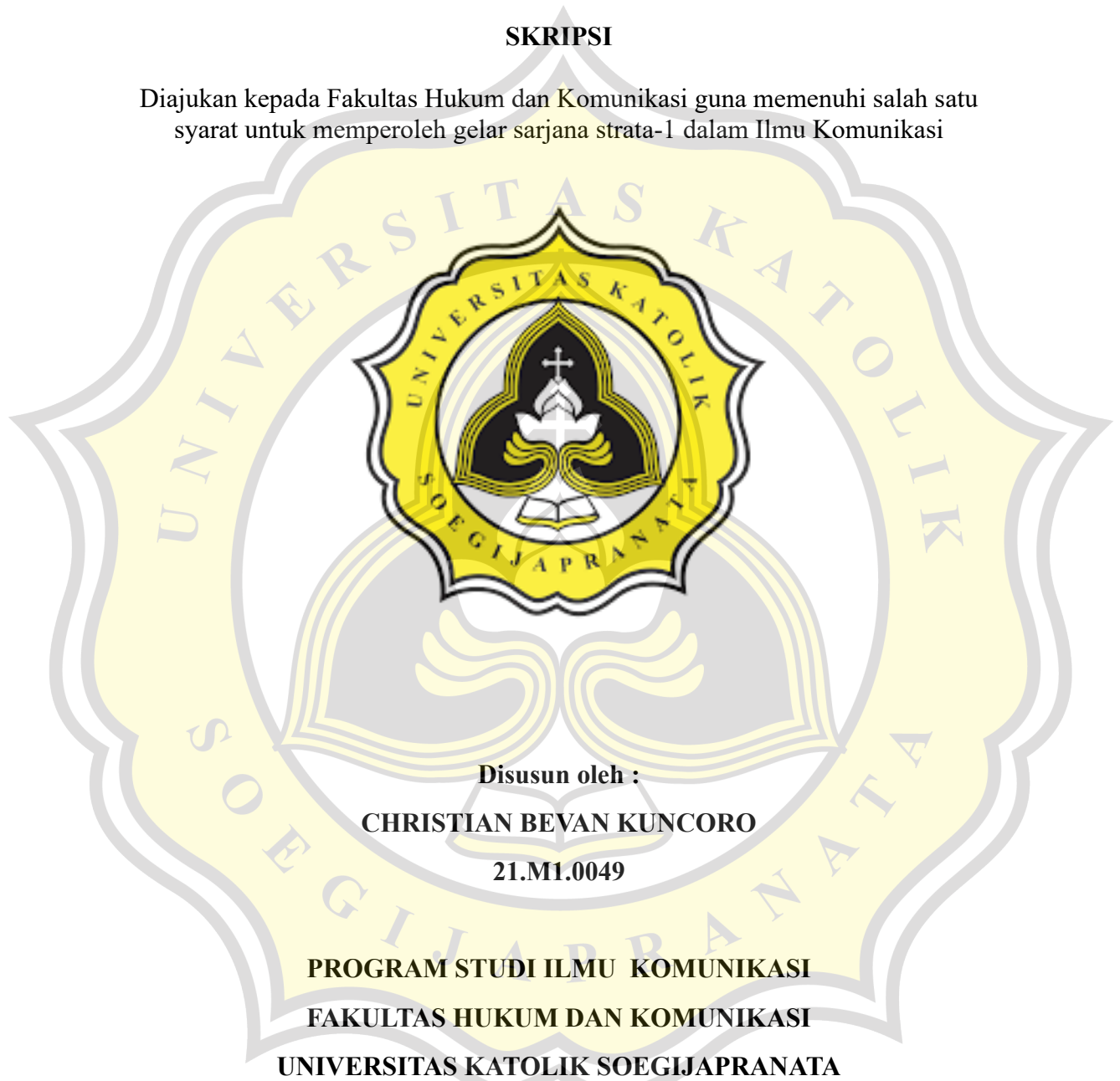
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2025

**KAMPANYE POLITIK
DR. HJ. EISTI'ANAH DAN MUHAMMAD BADRUDDIN, M.Pd
DI TIGA METODE KAMPANYE SELAMA MASA KAMPANYE
PILKADA KABUPATEN DEMAK 2024**

SKRIPSI

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



Disusun oleh :

CHRISTIAN BEVAN KUNCORO

21.M1.0049

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

2025

***POLITICAL CAMPAIGNS OF DR. HJ. EISTI'ANAH AND MUHAMMAD
BADRUDDIN, M.Pd IN THREE CAMPAIGN METHODS DURING THE
CAMPAIGN FOR THE 2024 DEMAK REGENCY ELECTIONS***

Christian Beyan Kuncoro

Soegijapranata Catholic University

Semarang

ABSTRACT

The 2024 Demak Regency Regional Head Election is an interesting political competition, especially in the campaign strategy implemented by the candidate pair Mbak Eisti-Gus Bad. Even though they are incumbents, the candidate pairs still carry out their political campaigns using strategies. The candidate pairs ran their political campaign strategies through three campaign methods during the campaign period. The three campaign methods used by the candidate pairs are campaign materials, campaign props, and Instagram as a social media. The strategies used by the candidate pairs are the determination of communicators as campaigners, the preparation of campaign messages, and the selection of media and communication channels. A qualitative method used as the research with a descriptive approach. Data were collected using semi-structured interviews, participatory and candid observations, documentation of campaign materials, campaign props, Instagram posts, and data triangulation. Data analysis was carried out through three stages, namely, data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results showed that the three political campaign strategies were used by the Mbak Eisti-Gus Bad candidate pair. The communicator designated as the campaigner for the Mbak Eisti-Gus Bad candidate is the head of the winning team of the candidate, KH Abdullah Zaini, and the candidate also uses other campaigners, namely the head of the community sector such as the arts group team, the business group team, and others. The preparation of campaign messages for the Mbak Eisti-Gus Bad candidate pair is divided into two, namely verbal campaign messages and non-verbal campaign messages on campaign materials, APK, and Instagram uploads. The media and communication channels used by the Mbak Eisti-Gus Bad candidate pair to campaign are public, group, social, interpersonal communication channels, newspaper print media, electronic media, campaign materials, APK, and Instagram. The research conclusion shows that the most frequent or most dominant political campaign strategy used by candidate pairs is to use the selected media and communication channels. This is because through communication channels, it creates closeness between the leader and the community to be led.

***Keyword : Regency Elections, Political Campaign, Campaign Materials,
Campaign Props, Instagram***

KAMPANYE POLITIK
DR. HJ. EISTI'ANAH DAN MUHAMMAD BADRUDDIN, M.Pd
DI TIGA METODE KAMPANYE SELAMA MASA KAMPANYE
PILKADA KABUPATEN DEMAK 2024

Christian Bevan Kuncoro

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang

ABSTRAK

Pemilihan Kepala Daerah (pilkada) Kabupaten Demak tahun 2024 menjadi ajang persaingan politik yang menarik, terutama pada strategi kampanye yang diterapkan oleh pasangan calon (paslon) Mbak Eisti-Gus Bad. Walaupun sebagai petahana, paslon tetap menjalankan kampanye politiknya menggunakan strategi. Paslon menjalankan strategi kampanye politiknya melalui tiga metode kampanye selama masa kampanye berlangsung. Tiga metode kampanye yang digunakan oleh paslon adalah bahan kampanye, alat peraga kampanye (APK), dan media sosial *Instagram*. Strategi yang digunakan oleh paslon adalah penetapan komunikator sebagai juru kampanye, penyusunan pesan-pesan kampanye, dan pemilihan media dan saluran komunikasi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan dengan wawancara semi terstruktur, observasi partisipatif dan terus terang, dokumentasi bahan kampanye, APK, unggahan *Instagram*, dan triangulasi data. Analisis data dilakukan melalui tiga tahap yakni, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tiga strategi kampanye politik tersebut digunakan oleh paslon Mbak Eisti-Gus Bad. Komunikator yang ditetapkan sebagai juru kampanye paslon Mbak Eisti-Gus Bad adalah ketua tim kemenangan dari paslon yakni KH Abdullah Zaini dan paslon juga menggunakan juru kampanye lain yakni ketua dari sektor masyarakat seperti tim kelompok kesenian, tim kelompok pengusaha, dan lainnya. Penyusunan pesan-pesan kampanye paslon Mbak Eisti-Gus Bad dibagi menjadi dua yakni pesan kampanye yang berbentuk verbal dan pesan kampanye yang berbentuk non-verbal pada bahan kampanye, APK, dan unggahan *Instagram*. Media dan saluran komunikasi yang digunakan paslon Mbak Eisti-Gus Bad untuk berkampanye adalah saluran komunikasi publik, kelompok, sosial, antarpribadi, media cetak koran, media elektronik, bahan kampanye, APK, dan *Instagram*. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa strategi kampanye politik yang paling sering atau paling dominan digunakan oleh paslon adalah menggunakan dari media dan saluran komunikasi yang dipilih. Hal tersebut dikarenakan melalui saluran komunikasi, tercipta kedekatan antara pemimpin dengan masyarakat yang akan dipimpin.

Kata Kunci : Pilkada, Kampanye Politik, Bahan Kampanye, APK, *Instagram*