

SKRIPSI
PESAN KAMPANYE DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN
FACEBOOK PASANGAN CALON TUNGGAL
DALAM PEMILIHAN KEPALA DAERAH SERENTAK 2020
PADA 25 KABUPATEN/KOTA

Diajukan dalam Rangka Memenuhi
Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



Cornelia Agata Wiji Setianingrum
17.M1.0040

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2021

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Cornelia Agata Wiji Setianingrum

NIM : 17.M1.0040

Progdi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Fakultas Hukum dan Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul Pesan Kampanye di Media Sosial Instagram dan Facebook Pasangan Calon Tunggal dalam Pemilihan Kepala Daerah Serentak 2020 Pada 25 Kabupaten/Kota, tersebut bebas plagiasi. Akan tetapi bila terbukti melakukan plagiasi maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 16 Oktober 2021

Yang menyatakan,



Cornelia Agata Wiji Setianingrum

HALAMAN PENGESAHAN



Judul Tugas Akhir : Pesan kampanye di media sosial instagram dan facebook pasangan calon tunggal dalam pemilihan kepala daerah serentak 2020 pada 25Kabupaten/Kota

Diajukan oleh : Cornelia Agata Wiji S

NIM : 17.M1.0040

Tanggal disetujui : 08 Oktober 2021

Telah setuju oleh

Pembimbing 1 : Drs. Andreas Pandiangan M.S.I.

Pembimbing 2 : Abraham Wahyu Nugroho S.I.Kom., M.A.

Penguji 1 : Drs. Andreas Pandiangan M.S.I.

Penguji 2 : Abraham Wahyu Nugroho S.I.Kom., M.A.

Penguji 3 : Adrianus Bintang Hanto Nugroho S.E., M.A.

Ketua Program Studi : Abraham Wahyu Nugroho S.I.Kom., M.A.

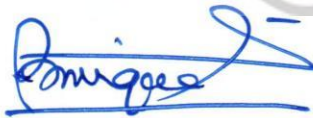
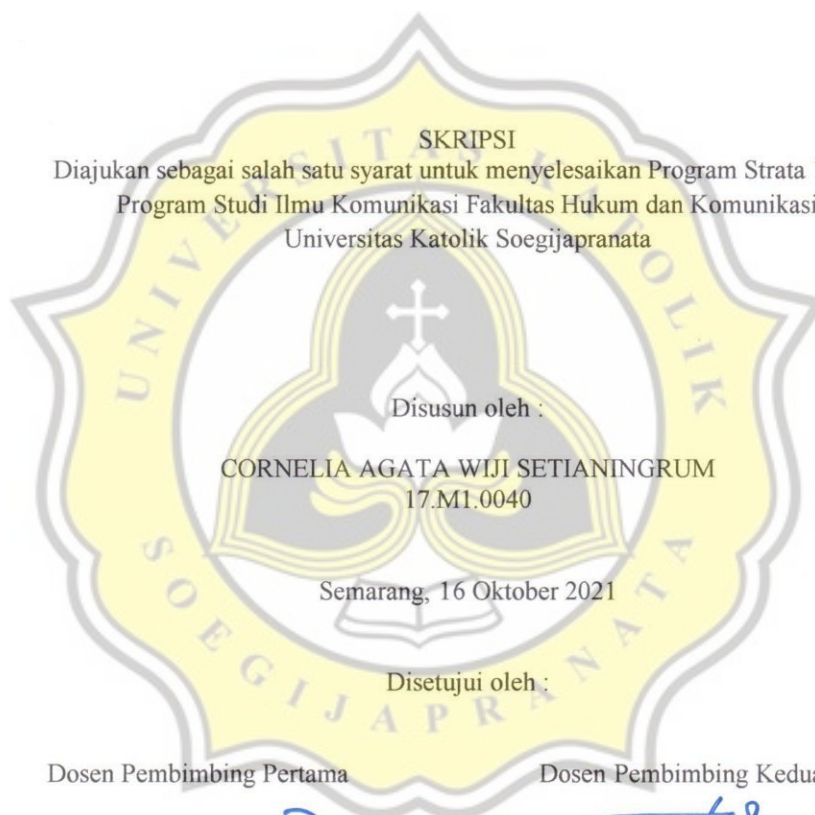
Dekan : Dr. Marcella Elwina Simandjuntak S.H., CN., M.Hum.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

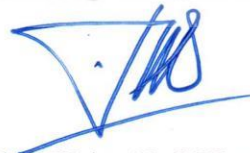
sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=17.M1.0040

HALAMAN PERSETUJUAN

**PESAN KAMPANYE DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN
FACEBOOK PASANGAN CALON TUNGGAL
DALAM PEMILIHAN KEPALA DAERAH SERENTAK 2020
PADA 25 KABUPATEN/KOTA**



(Drs. Andreas Pandiangan, M.Si)
NPP. 058.1.2015.302



(Abraham Wahyu N., S.I.Kom., M.A)
NPP. 058.1.2016.305

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi

**PESAN KAMPANYE DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN
FACEBOOK PASANGAN CALON TUNGGAL
DALAM PEMILIHAN KEPALA DAERAH SERENTAK 2020
PADA 25 KABUPATEN/KOTA**

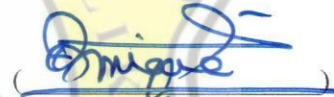
Disusun oleh:

NAMA : CORNELIA AGATA WIJI SETIANINGRUM
NIM : 17.M1.0040

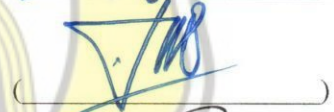
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal : 8 Oktober 2021

Dosen Penguji :

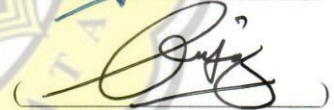
1. Drs. Andreas Pandiangan, M.Si



2. Abraham Wahyu Nugroho, S.I.Kom., MA



3. Adrianus Bintang Hanto N, S.E., M.A



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 dalam Ilmu Komunikasi

Pada tanggal :
16 Oktober 2021



Marcella Elwina Simandjuntak, SH. CN. M.Hum
Dekan Fakultas Hukum dan Komunikasi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang

HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Cornelia Agata Wiji Setianingrum

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Hukum dan Komunikasi

Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneklusif atas karya ilmiah yang berjudul **“Pesan Kampanye di Media Sosial Instagram dan Facebook Pasangan Calon Tunggal dalam Pemilihan Kepala Daerah Serentak 2020 Pada 25 Kabupaten/Kota”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 16 Oktober 2021

Yang menyatakan



Cornelia Agata Wiji Setianingrum

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas segala anugerah dan rahmat perlindungan dan bimbingan-Nya, peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik, guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Komunikasi.

Tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, peneliti tidak mungkin dapat menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, yang selalu memberikan jalan dan kekuatan sepanjang peneliti melakukan proses penelitian ini.
2. Mama Caritas Agustini, Adik Johannes Eudes Sri Damar, dan segenap keluarga yang senantiasa memberi semangat dan dorongan, serta doa yang tidak pernah putus, agar peneliti dapat menyelesaikan studi dengan baik.
3. Drs. Andreas Pandiangan, M.Si., selaku dosen pembimbing pertama yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk berkenan memberikan bimbingan dan semangat kepada peneliti.
4. Abraham Wahyu Nugroho, S.I.Kom., M.A., selaku dosen pembimbing kedua yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk berkenan memberikan bimbingan dan semangat kepada peneliti.

5. Adrianus Bintang Hanto N, S.E., M.A., selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan penilaian, pengarahan, dan bimbingan kepada peneliti.
6. Teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2017 yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu, yang telah memberikan doa, dukungan, dan semangatnya.

Peneliti menyadari bahwa tak ada gading yang tak retak. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan adanya saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak, guna menyempurnakan pembuatan penelitian ini di waktu yang akan datang.

Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat, yang tidak hanya bagi peneliti, namun juga bagi seluruh pembaca dalam memahami dan menerapkan ilmu komunikasi, khususnya analisis komunikasi politik.

Semarang, 16 Oktober 2021



Cornelia Agata Wiji Setianingrum

Abstrak

Pemilihan umum kepala daerah serentak 2020 memiliki sedikit perbedaan dengan pemilihan umum sebelumnya, yakni dari segi adanya regulasi pembatasan jumlah orang yang berkumpul dalam menjalankan proses selama masa pemilihan umum. Regulasi ini tentunya karena adanya bencana non alam pandemi *Covid-19*. Adanya pembatasan kegiatan dan berkumpulnya masyarakat dalam jumlah banyak tentunya berpengaruh terhadap proses kampanye. Regulasi tersebut akhirnya disesuaikan dengan adanya Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Nomor 6 Tahun 2020, yang mengatur tentang pemanfaatan media sosial sebagai media kampanye, maka penelitian ini melihat bagaimana pasangan calon memanfaatkan sosial media sebagai media penyampaian pesan kampanyenya di Pilkada Serentak 2020. Metodologi yang digunakan yakni analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini yakni, akun yang aktif menyampaikan informasi mengenai pasangan calon di Pilkada Serentak 2020 tidak lebih dari 50%, bila dibandingkan seluruhnya, bahkan terdapat akun yang tidak digunakan untuk berkampanye sedangkan akun tersebut memiliki kelebihan dari segi jumlah pengikut. Sedangkan pesan kampanye yang diperoleh dari penelitian ini yakni menyoroti bahwa pasangan calon lebih banyak mengunggah pesan kampanye bersifat informasi yang berisi mengenai profil diri, Visi Misi, hingga Program Kerja yang ditawarkan kepada khalayak pemilih.

Kata Kunci : Pilkada, Pesan Kampanye, Media Sosial

The 2020 simultaneous of regional head general election has a slight difference from the previous general election, namely in terms of regulations limiting the number of people who gather in carrying out the process during the general election period. This regulation is of course due to the non-natural disaster of the Covid-19 pandemic. Restrictions on activities and the gathering of large numbers of people certainly affect the campaign process. The regulation was finally adjusted to the General Election Commission (PKPU) Regulation Number 6 of 2020, which regulates the use of social media as a campaign media, so this study looks at how candidate pairs use social media as a medium for delivering their campaign messages in the 2020 Simultaneous Regional Elections. The method used is qualitative descriptive analysis. Results of this study are, accounts that are active in conveying information about candidate pairs in the 2020 Simultaneous Pilkada are no more than 50%, when compared to all of them, there are even accounts that are not used for campaigning while these accounts have advantages in terms of the number of followers. Although the campaign information obtained from this research emphasizes that candidates mostly upload campaign messages that include their personal data, vision, and mission, and Work plan provided to voters.

Keywords : Pilkada, Campaign Message, Social Media

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pernyataan Orisinalitas.....	ii
Halaman Pengesahan Digital	iii
Halaman Persetujuan	iv
Halaman Pengesahan.....	v
Halaman Pernyataan Publikasi Karya Ilmiah	vi
Kata Pengantar.....	vii
Abstrak.....	ix
Daftar Isi	x
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar	xv
Lampiran	125
Bab I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Tujuan Penelitian	12
1.4. Kegunaan Penelitian.....	12

1.4.1	Secara Akademis	12
1.4.2	Secara Praktis	13
1.5.	Lokasi Penelitian.....	13
1.6.	Sistematika Penulisan Laporan Akhir	13
Bab II	15
TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1.	Penelitian Terdahulu	15
2.2.	Komunikasi Politik	19
2.3.	Kampanye Politik.....	24
2.4.	Pesan Kampanye.....	27
2.5.	Teknik Penyusunan Pesan Kampanye	29
2.6.	Media Sosial	32
Bab III	34
METODE PENELITIAN	34
3.1.	Jenis Penelitian.....	34
3.2.	Fokus Penelitian.....	35
3.3.	Sumber Data	38
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	39
3.5.	Teknik Analisis Data.....	40
3.6.	Kerangka Pemikiran.....	42

Bab IV.....	43
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1. Gambaran Umum.....	43
4.2. Komunikasi Politik	68
4.3. Implementasi Kampanye Politik.....	72
4.4. Pesan Kampanye	92
4.4.1 Propaganda.....	93
4.4.2 Iklan Politik.....	97
4.4.3 Retorika.....	103
4.5 Teknik Penyusunan Pesan Kampanye.....	106
4.6 Media Sosial	113
Bab V	117
KESIMPULAN DAN SARAN.....	117
5.1. Kesimpulan.....	117
5.2. Saran.....	118
DAFTAR PUSTAKA.....	121

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Daftar 25 Kabupaten atau Kota Dengan Pasangan Calon Tunggal di Pilkada 2020	4
Tabel 3.1. Daftar Media Sosial Pasangan Calon Tunggal 25 Kabupaten/Kota Dengan Psangan Calon Tunggal di Pilkada 2020.....	36
Tabel 4.1. Rincian Jumlah Instagram dan Facebook	44
Tabel 4.2. Kesamaan Konten Pada Dua Akun Berbeda	53
Tabel 4.3. Rincian Kategori Akun.....	65
Tabel 4.4. Rangkuman Jumlah Akun Berdasarkan Kategori	67
Tabel 4.5. Rincian Akun Media Sosial Pribadi Pasangan Calon.....	69
Tabel 4.6. Unggahan Bersamaan dengan Tema yang Sama Kabupaten Humbang Hasundutan.....	73
Tabel 4.7. Unggahan Bersamaan dengan Tema yang Sama Kabupaten Bengkulu Utara.....	74
Tabel 4.8. Unggahan Bersamaan dengan Tema yang Sama Kabupaten Ngawi ...	76
Tabel 4.9. Unggahan Bersamaan dengan Tema yang Sama Kabupaten Badung .	78
Tabel 4.10. Unggahan Bersamaan dengan Tema yang Sama Kota Balikpapan...	79
Tabel 4.11. Unggahan Bersamaan dengan Tema yang Sama Kabupaten Kutai Kartanegara	81
Tabel 4.12. Unggahan Bersamaan dengan Tema yang Sama dan Waktu yang Berbeda Kabupaten Humbang Hasundutan	84
Tabel 4.13. Unggahan Bersamaan dengan Tema yang Sama dan Waktu yang Berbeda Kabupaten Bengkulu Utara	85

Tabel 4.14. Unggahan Bersamaan dengan Tema yang Sama dan Waktu yang Berbeda Kabupaten Badung.....	87
Tabel 4.15. Unggahan Bersamaan dengan Tema yang Sama dan Waktu yang Berbeda Kabupaten Kutai Kartanegara.....	88
Tabel 4.16. Rincian Akun Pribadi yang Tidak Digunakan untuk Kampanye	90
Tabel 4.17. Pesan Kampanye Propaganda Kabupaten Kebumen.....	94
Tabel 4.18. Unggahan Kategori Jenis Pesan Kampanye Iklan Politik	98
Tabel 4.19. Unggahan Jenis Iklan Politik dari Bentuk Penyajian Pesan	100
Tabel 4.20. Unggahan Jenis Pesan Kampanye Retorika.....	103
Tabel 4.21. Kombinasi Tiga Karakter Utama Pesan Kampanye dalam satu Unggahan	107
Tabel 4.22. Rincian Akun Media Sosial yang Didaftarkan untuk Kampanye ...	114



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Unggahan Perkenalan Diri.....	46
Gambar 4.2. Unggahan Kegiatan Kampanye Offline	47
Gambar 4.3. Unggahan Pemaparan Visi, Misi, dan Program Kerja	48
Gambar 4.4. Unggahan Pertemuan Deklarasi Dukungan dari Paguyuban Warga	49
Gambar 4.5. Unggahan Berisi Ajakan Memilih Paslon	49
Gambar 4.6. Unggahan Mengenai Penghargaan yang diterima Paslon	51
Gambar 4.7. Unggahan Kampanye Blusukan.....	51
Gambar 4.8. Unggahan Mengenai Kegiatan Pribadi.....	52
Gambar 4.9. Deklarasi Dukungan Dari Halak Batak di Gunungsitoli	54
Gambar 4.10. Deklarasi Kemenangan Untuk LASO	55
Gambar 4.11. Deklarasi Dukungan dari Pemuda Pancasila	56
Gambar 4.12. Unggahan Ucapan Dirgahayu TNI.....	57
Gambar 4.13. Unggahan Ucapan Hari Santri Nasional.....	58
Gambar 4.14. Unggahan Ucapan Hari Sumpah Pemuda.....	58
Gambar 4.15. Unggahan Ajakan Memilih 1	60
Gambar 4.16. Unggahan Ajakan Memilih 2.....	60
Gambar 4.17. Unggahan Ajakan Memilih 3.....	61
Gambar 4.18. Akun Pasangan Calon yang Bersifat Privat.....	62
Gambar 4.19. Akun Tidak Dapat Ditemukan	63
Gambar 4.20. Akun yang Tidak Mengunggah Apapun	64
Gambar 4.21. Akun Pribadi yang Tidak Melakukan Kampanye	71

Gambar 4.22. Akun Pribadi yang Tidak Melakukan Kampanye 91

Gambar 4.23. Akun Twitter Pasangan Calon Kota Semarang 115

Gambar 4.24. Akun Youtube Pasangan Calon Kabupaten Gowa..... 116

