

HALAMAN JUDUL

**STRATEGI KAMPANYE CALON PRESIDEN DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP GENERASI MILENIAL PADA PILPRES 2019**

(STUDI PEBANDINGAN : KUBU JOKOWI DAN KUBU PRABOWO)

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
Ilmu pemerintahan Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

Disusun Oleh :

MUHAMMAD DARIS HANIFAH

20150520211

**PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2019

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Daris Hanifah

Nim : 20150520211

Prodi : Ilmu Pemerintahan

Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“STRATEGI KAMPANYE CAPRES DI MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM) TERHADAP GENERASI MILENIAL PADA PILPRES 2019 : STUDI PERBANDINGAN ANTARA JOKOWI DAN PRABOWO”** karya sendiri, dengan hal ini didalam pengetahuan saya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi manapun atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis yang diajukan dalam naskah disebut daftar pustaka. Selanjutnya apabila dikemudian hari terbukti terdapat duplikasi, serta ada pihak lain yang merasa dirugikan dan menuntut, maka saya akan bertanggung jawab serta menerima konsekuensi yang telah berlaku.

Yogyakarta, Oktober 2019

Muhammad Daris Hanifah

MOTTO

“Jangan Menyerah Sebelum Berusaha”

“Coba Dulu Gerak, Jangan Dikit-Dikit Ngeluh”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

kedua orang tua tercinta :

Muhammad Ihsan & Bibit kinarsih

kakak dan adik saya :

Galang Qory Hidayat, Haidar Asshafiq, Inas Al-Khosa

Sahabat seperjuangan sewaktu SMA yang tergabung dalam IPS 2 keterlibatan kalian dalam hal motivasi, candaan, pujian kadang makian yang kalian berikan itu sangat berkesan terkhusus kepada *Sarif, Dori, Ferry, Dodi, Anton, Risky, Wahono*, semangat berjuang kawan.

Teman-teman dan sahabat seperjuangan sewaktu perkuliahan ilmu pemerintahan angkatan 2015 yang saya banggakan selalu semangat kawan dan Sahabat yang selalu ada dikala senang maupun susah dan saling mensupport dalam pengerjaan skripsi ini terutama :

Oka, Gustian, Ghaustaf, Hidayat, Nurkholis, Aziz, Mayang, Wahyu, Anggi, Defri, Salman, Imam, Yogi, Yoga, Babeh, Athar semoga selalu dalam lindungan Allah SWT.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillahirrabil'alamin, puji syukur kehadiran illahirabbi yang mana atas berkat rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis dapat menyusun penulisan skripsi ini dengan judul **STRATEGI KAMPANYE CAPRES DI INSTAGRAM TERHADAP GENERASI MILENIAL PADA PILPRES 2019 STUDI PERBANDINGAN : KUBU JOKOWI DAN KUBU PRABOWO** sebagai syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada Jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa selesainya penulisan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, pengarahan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada :

1. Kedua orang tua yaitu Bapak Muhammad Ihsan dan Ibu Bibit Kinarsih serta kakak dan adik saya Galang Qory Hidayat, Haidar Assyafiq, dan Inas Al-Khonsa teruntuk kedua orang tua saya yang Istimewa dengan tidak hentinya memberikan segala upaya bimbingannya, memberi Nasihat dan tak lupa dorongan Do'a supaya keberlangsungan menyelesaikan studi dengan harapan dan berdoa semoga kedua orang tuaku diberikan Nikmat Rizki, Kesehatan dan di berikan Keselamatan Dunia dan Akhirat.
2. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budoyanto, M.P. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Muchamad Zaenuri selaku Ketua Program Studi Ilmu Pemerintahan.
4. Bapak Tunjung Sulaksono selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak waktu, pikiran , dan tenaganya untuk membimbing penulisan dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen Prodi Ilmu Pemerintahan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmunya kepada kami khususnya saya pribadi.
6. Seluruh Staf Tata Usaha terkhusus Ibu Ning dan Bapak Wahid yang selalu memberikan kesabaran dalam melayani ketatausahaan dan administratif mengenai seluruh kegiatan yang bersangkutan dengan perkuliahan.
7. Kampus tercinta yang menjadi tempat menempuh perjuangan perkuliahan yang menjadi saksi bisu perjuangan pembelajaran, aktifitas keorganisasian, serta menjadi tempat berproses menuntut ilmu yaitu Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Demikian kata pengantar yang dapat saya sampaikan, saya menyadari sebagai peneliti banyak sekali kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki dalam menyusun hasil penelitian ini. Maka dengan ini saya sampaikan kepada pembaca untuk ditanggapi dan diberikan saran serta kritik yang konstruktif demi kesempurnaan hasil penelitian ini, dan segala kekurangan kelemahan yang merupakan tanggung jawab penulis.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, Oktober 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMANPERNYATAAN.....	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
SINOPSIS.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	6
1.3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN.....	7
1.4 TINJAUAN PUSTAKA.....	7
1.5 KERANGKA DASAR TEORI.....	12
1. Strategi Kampanye.....	12
2. Media Sosial.....	15
3. Generasi Milenial.....	20
4. Marketing Politik.....	21
5. Pemilihan Umum (Pemilu).....	25
1.6 DEFINISI KONSEPSIONAL.....	30
1.7 DEFINISI OPERASIONAL.....	31
1.8 METODE PENELITIAN.....	33
1. Jenis Penelitian.....	33
2. Sumber Data.....	35
3. Teknik Pengumpulan Data.....	36

4. Teknik Analisis Data.....	37
5. Sistematika Pembahasan.....	38
BAB II.....	40
DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN.....	40
2.1 PEMILIHAN PRESIDEN 2019.....	40
2.2 Biografi Capres-Cawapres pada Pilpres 2019.....	46
a) Joko Widodo-Ma'ruf Amin.....	46
b) Prabowo Subianto-Sandiaga Uno.....	48
2.3 Visi dan Misi Capres dan Cawapres Indonesia Tahun 2019.....	50
a) Joko Widodo - Ma'rif Amin.....	50
b) Prabowo Subianto – Sandiaga Uno.....	51
2.4 Akun Media Sosial.....	53
a) Instagram.....	54
b) Akun <i>Instagram</i>	55
BAB III.....	61
PEMBAHASAN PENELITIAN.....	61
3.1 Product (Produk).....	62
A. Platform.....	63
B. Rekam Jejak.....	79
C. Karakteristik Pribadi.....	97
3.2 Promotion (Promosi).....	122
a. Advertising (Iklan).....	122
b. Publikasi.....	134
3.3 Price (Harga).....	143
a. Biaya Ekonomi.....	143
b. Biaya Psikologis.....	145
3.4 Place (Penempatan).....	155
BAB IV.....	165
PENUTUP.....	165

DAFTAR TABEL

1.1 Jumlah DPT Berdasarkan Umur.....	5
1.2 Studi Terdahulu.....	8
1.3 Akun Resmi Kampanye Instagram.....	35
1.4 Akun influencer Dan Buzzer.....	35
2.1 Pemilu 2004 Putaran I.....	41
2.2 Pemilu 2004 Putaran II.....	41
2.3 Pasangan Calon Pemilu 2009.....	42
2.4 Tahapan Pemilu Presiden 2019 Putaran I.....	44
2.5 Tahapan Pemilu Presiden 2019 Putaran II.....	45
2.6 Visi dan Misi.....	50
2.7 Akun Instagram Resmi.....	59
2.8 Akun Buzzer dan Influencer.....	50
3.1 Perbandingan Indikator Produk.....	120
3.2 Perbandingan Indikator Promosi.....	142
3.3 Perbandingan Parameter Biaya Ekonomi.....	144
3.4 Perbandingan Indikator Harga (Biaya Psikologis).....	154
3.5 Perbandingan Indikator Penempatan.....	163
3.6 Perbandingan 4 Indikator Marketing Politik.....	164

DAFTAR GAMBAR

2.1 Profil Akun Instagram.....	55
3.1 Visi Jokowi-Ma'ruf.....	63
3.2 Kartu Indonesia Pintar.....	65
3.3 Kartu Pra-Kerja.....	66
3.4 Ekonomi Kreatif.....	68
3.5 Visi Prabowo-Sandi.....	71
3.6 Rumah Siap Kerja.....	72
3.7 Program Misi Prabowo-Sandi.....	75
3.8 Rekam Jejak Jokowi.....	79
3.9 Jenjang Karir Jokowi.....	81
3.10 Penghargaan Jokowi.....	82
3.11 isu Negatif Rekam Jejak Jokowi.....	84
3.12 Pendidikan dan Karir Ma'ruf Amin.....	85
3.13 Penghargaan Ma'ruf Amin.....	86
3.14 Rekam Jejak Prabowo.....	87
3.15 Jenjang Karir Prabowo.....	88
3.16 Penghargaan Prabowo.....	89
3.17 Penghargaan Prabowo.....	90
3.18 Isu Negatif Prabowo.....	91
3.19 Pendidikan dan Karir Sandiaga.....	92
3.20 Pendidikan dan Karir Sandiaga.....	93
3.21 Penghargaan Sandiaga.....	94
3.22 Penghargaan Sandiaga.....	95
3.23 Jokowi Muda.....	97
3.24 Ramah.....	98
3.25 Reuni Kuliah.....	99
3.26 Bercanda dengan Anak.....	100
3.27 Berkeliling Kota.....	100

3.28 Jum'at Berkah.....	102
3.29 Isu Negatif Tentang Karakteristik Paslon 01.....	103
3.30 Nasionalis.....	107
3.31 Tegas.....	107
3.32 Pecinta Hewan.....	109
3.33 Kampanye Bersama Milenial.....	110
3.34 Berkunjung Ke Pasar.....	111
3.35 Foto Menirukan Publik Figur.....	111
3.36 Enterpreneurship.....	113
3.37 Isu Negatif Tentang Karakteristik Paslon 02.....	114
3.38 Kampanye Dilan.....	123
3.39 Kampanye Publik Figur.....	124
3.40 Kampanye Milenial 01.....	125
3.41 Tresure Video Program Kartu Sakti.....	126
3.42 Kampanye Padi.....	127
3.43 Gerakan Rabu Biru.....	128
3.44 Kampanye Milenial 02.....	130
3.45 Tresure Video Rumah Siap Kerja.....	131
3.46 Jokowi Bersama Milenial.....	135
3.47 Naik Kereta (KRL).....	136
3.48 Ma'ruf Amin Foto Bersama Milenial.....	137
3.49 Memberi Pesan Pendukung Milenial.....	138
3.50 Berbicara Didepan Milenial.....	139
3.51 Sandiaga Menari.....	140
3.52 Optimis Jokowi.....	145
3.53 Kampanye Kreatif 01.....	147
3.54 Animasi Ma'ruf Amin.....	148
3.55 Kartun Prabowo-Sandi.....	149
3.56 Photoshop Sandiaga.....	150
3.57 Sandiaga Foto Ala Korea.....	152
3.58 Milenial Ketuk Pintu.....	158

3.59 Bertemu Jokowi.....	159
3.60 Gerakan Milenial Indonesia.....	160
3.61 Milenial Serbu Desa.....	161