

Strategi Kampanye Partai Solidaritas Indonesia Melalui Media Sosial dalam Pemilu 2019

(Studi Kasus pada Dewan Pimpinan Pusat Bidang Media Sosial Partai Solidaritas Indonesia)

YOVANSYACH PRADIPTA

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai strategi kampanye Partai Solidaritas Indonesia melalui media sosial dalam Pemilu 2019. Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang akan diterapkan dalam kampanye, atau untuk lebih mudahnya dapat disebut sebagai *guiding principle* atau *the big idea* dan kampanye merupakan serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu kepada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Fokus pada penelitian ini adalah kampanye yang dilakukan Partai Solidaritas Indonesia hanya melalui saluran media sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi media sosial Partai Solidaritas Indonesia pada kampanye pemilu 2019. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep strategi, kampanye, saluran dan melakukan analisis desain pesan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah melakukan wawancara dengan 4 informan yang memiliki kaitan dengan penelitian ini. Penelitian ini mendapatkan beberapa hasil, diantaranya adalah Partai Solidaritas Indonesia dalam menjalani kegiatan kampanye melalui media sosial menggunakan tiga *platform* media sosial, yaitu Facebook, Instagram dan Twitter dan Penyebaran pesan kampanye di ketiga *platform* media sosial tersebut bertujuan untuk mempengaruhi para warganet untuk mempercayai dan mengikuti hal apa yang diinginkan oleh Partai Solidaritas Indonesia, selain itu dikarenakan oleh biaya yang dikeluarkan jauh lebih murah jika dibandingkan kampanye di media lain dan jangkauannya pun luas.

Kata Kunci : Strategi kampanye, Partai Solidaritas Indonesia, Media Sosial, Pemilu 2019

Campaign Strategy of Partai Solidaritas Indonesia through Social Media in 2019 Election

(Case Study at Dewan Pimpinan Pusat Social Media Partai Solidaritas Indonesia)

Yovansyach Pradipta

ABSTRACT

This study discusses the strategy of the Partai Solidaritas Indonesia campaign through social media in the 2019 Election. Strategy is the overall approach that will be applied in the campaign, or to more easily be called a guiding principle or the big idea and campaign is a series of planned communication actions with the aim of creating a certain effect on a large number of audiences carried out on an ongoing basis over a period of time. The focus of this research is the campaign carried out by Partai Solidaritas Indonesia only through social media channels. The purpose of this research is to find out the strategy of Partai Solidaritas Indonesia's social media in the 2019 election campaign. The concepts used in this study are the concepts of strategy, campaign, channel and did an analysis using message design concept . This study uses a descriptive method with a case study approach. The data collection technique was carried out by conducting interviews with 4 informants who were related to this study. This research received several results, including the Partai Solidaritas Indonesia in carrying out campaign activities through social media using three social media platforms, namely Facebook, Instagram and Twitter and Dissemination of campaign messages on social media platforms intended to influence citizens to trust and take what Partai Solidaritas Indonesia wants, other than that because the costs incurred are far cheaper when compared to campaigns in other media and their reach is wider.

Key Words : *Campaign Strategy, Partai Solidaritas Indonesia, Social Media, 2019 Election.*