

**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PEMENANGAN JOKOWI -
MA'RUF AMIN KEPADA GENERASI MILENIAL DI TANGERANG
SELATAN PADA PEMILU 2019.**

FAIRUZ SYARIFAH

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi politik Jokowi dalam mendapatkan partisipasi suara milenial pada Pemilu Presiden 2019 di wilayah Tangerang Selatan yang mana diketahui pemilih milenial pada Pemilu Presiden 2019 menjadi penentu kemenangan bagi masing-masing calon Presiden dan Wakil Presiden serta menjadi perbandingan dan dasar evaluasi lalu pembelajaran bagi Pemilu selanjutnya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah mixed methods atau campuran. Jenis penelitian yang digunakan yaitu *the exploratory sequential design* yang merupakan pengumpulan data yang diawali dengan pengumpulan data kualitatif kemudian dilanjutkan dengan pengumpulan data kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan non probability sampling. Peneliti menggunakan 3 teknik analisis data kuantitatif yaitu uji validitas, uji reliabilitas dan uji regresi linear sederhana lalu menggunakan empat tahapan analisis data kualitatif menurut Miles & Huberman, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan/verifikasi.

Hasil akhir dari penelitian ini menunjukkan bahwa bentuk strategi komunikasi politik kepada generasi milenial yang dilakukan pasangan Jokowi-Ma'ruf Amin bersama Tim Kampanye Daerah Tangerang Selatan yaitu, kampanye politik dan media massa. Strategi komunikasi politik dengan kampanye politik yaitu dengan melakukan sosialisasi terkait literasi politik kepada generasi milenial, Menggelar Parade Busana, Pesan politik kepada sesama generasi milenial, Event menarik bagi Generasi Milenial seperti konser music, konvoi para pendukung Jokowi dll, serta Kampanye *Door to Door*. Sedangkan, strategi komunikasi politik media massa yang dipakai oleh Jokowi-Ma'ruf Amin bersama Tim Kampanye Daerah Tangerang Selatan yaitu dengan menggunakan media sosial dan media elektronik. Namun, Tim Kampanye Daerah Jokowi pada Tangerang Selatan tidak memakai satu pun alat peraga kampanye atau media cetak.

Kata kunci: komunikasi politik jokowi, generasi milenial, pemilu 2019.

**JOKOWI-MA'RUF AMIN's WINNING POLITICAL COMMUNICATION
STRATEGY TO THE MILLENNIAL GENERATION IN SOUTH
TANGERANG IN THE 2019 ELECTION.**

FAIRUZ SYARIFAH

ABSTRACT

This study aims to determine Jokowi's political communication strategy in getting millennial vote participation in the 2019 Presidential Election in the South Tangerang region, which is known to be millennial voters in the 2019 Presidential Election to determine victory for each candidate for President and Vice President as well as to be a comparison and basis for evaluation, lessons for the next election.

The method used in this research is mixed methods or mix. The type of research used is the exploratory sequential design which is data collection that begins with the collection of qualitative data and then continues with the collection of quantitative data. The sampling technique was carried out by non-probability sampling. Researchers used 3 quantitative data analysis techniques, namely validity test, reliability test and simple linear regression test and then used four stages of qualitative data analysis according to Miles & Huberman, namely data collection, data reduction, data presentation, and conclusion/verification.

The form of a political communication strategy for the millennial generation carried out by the Jokowi-Ma'ruf Amin pair with the South Tangerang Regional Campaign Team, namely, political campaigns and mass media. The political communication strategy with political campaigns is by conducting outreach related to political literacy to the millennial generation, holding fashion parades, political messages to fellow millennials, interesting events for millennials such as music concerts, convoys of Jokowi supporters, etc., as well as door to door campaigns. Meanwhile, the mass media political communication strategy used by Jokowi-Ma'ruf Amin with the South Tangerang Regional Campaign Team is by using social media and electronic media. However, Jokowi's Regional Campaign Team in South Tangerang did not use any campaign props or print media.

Keywords: jokowi's political communication, millennial generation, 2019 election.