

**STRATEGI KAMPANYE PILKADA DKI 2017**  
**SANDIAGA UNO DI MEDIA SOSIAL**  
(Studi Kasus: Pemanfaatan Kanal Komunikasi Politik  
Sandiaga Uno di Instagram)

SKRIPSI



Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**Nadia Sumana Putri**

13140110119

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**KONSENTRASI MULTIMEDIA *PUBLIC RELATIONS***  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**  
**TANGERANG**  
**2017**

## HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam proposal penelitian ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan dalam daftar pustaka.

Jika dikemudian hari terbukti ditemukan kecurangan atau penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Jakarta, Juli 2017



Nadia Sumana Putri

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul  
Strategi Kampanye Pilkada DKI 2017 Sandiaga Uno  
di Media Sosial  
(Studi Kasus: Pemanfaatan Kanal Komunikasi Politik  
Sandiaga Uno di *Instagram*)

Oleh

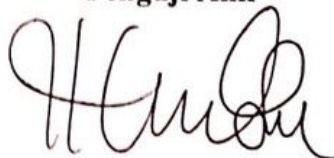
Nadia Sumana Putri

telah diujikan pada hari Kamis, 27 Juli 2017, pukul 08.30 s.d. 10.00 dan  
dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut.

**Ketua Sidang**

  
Dr. Indiwana Seto Wahjuwibowo, M.Si.

**Penguji Ahli**

  
Hanif Suranto, S.Sos., M.Si

**Dosen Pembimbing**

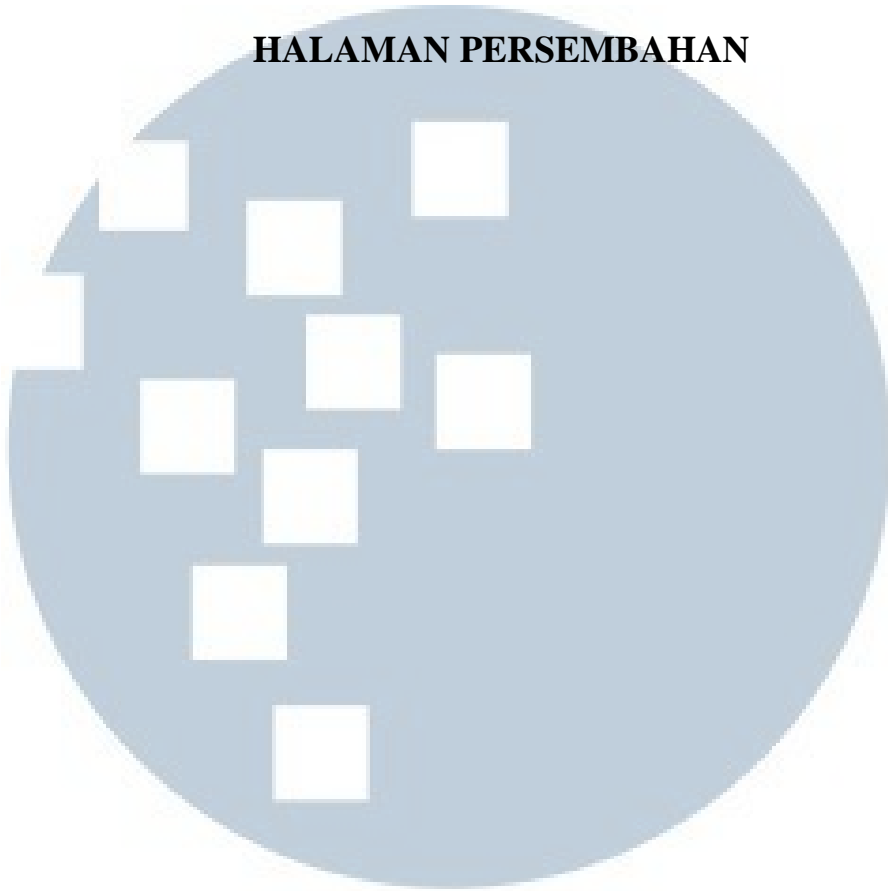
  
Dr. Gun Gun Heryanto, M.Si.

Disahkan oleh

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi UMN**

  
Inco Hery Perdana, S.I.kom., M.Si.

## HALAMAN PERSEMBAHAN



*There's nothing to do without any effort  
And every effort will pay off for all hard work  
God will never sleep for everything you've done  
Don't give up before touch the finish line*

*Life maybe get you down so many times*

*But, believe it..*

*This shall pass too!*

U M N  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## KATA PENGANTAR

Kemurahan hati Sang Pencipta membuat peneliti mendapat menyelesaikan pembuatan skripsi berjudul “Strategi Kampanye Pilkada DKI 2017 Sandiaga Uno di Media Sosial (Studi Kasus: Pemanfaatan Kanal Komunikasi Politik Sandiaga Uno di *Instagram*”. Oleh karena itu, peneliti ingin memanjatkan syukur ke hadiratnya sebab skripsi terselesaikan tanpa adanya hambatan yang berarti sebagai syarat kelulusan Mata Kuliah Skripsi, Jurusan Multimedia *Public Relations*, Fakultas Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.

Skripsi ini dapat berguna untuk memberikan wawasan dan sumbangsih pengetahuan mengenai strategi komunikasi politik selama masa kampanye berlangsung. Secara keseluruhan strategi kampanye Sandiaga di media sosial *Instagram* tertuang dengan lengkap dalam skripsi ini. Tentunya *Instagram* yang telah menjadi bagian dari gaya hidup tidak hanya dimanfaatkan oleh publik, melainkan digunakan pula sebagai strategi yang efektif untuk membidik kaum *millennial* yang aktif menggunakan internet.

Perjalanan peneliti dalam menyelesaikan skripsi tentunya tidak sebatang kara. Terdapat berbagai tantangan untuk menyelesaikan penelitian mulai dari pemilihan topik, kesediaan narasumber untuk diwawancara, dan usaha lainnya untuk menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Dibalik setiap tantangan tersebut tidak hentinya dukungan diperoleh oleh peneliti untuk tetap semangat agar penelitian ini dapat terselesaikan.

Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada rekan-rekan yang telah membantu proses pengumpulan data sampai dengan skripsi ini berhasil dituntaskan:

1. Bapak Gun Gun Heryanto, pembimbing skripsi yang mengajari peneliti cara menyusun skripsi dengan terstruktur, memberikan panduan pengerjaan yang baik serta tidak pernah lelah memberikan arahan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Bapak Inco Harry Perdana, Kaprodi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan bimbingan dan arahan bagi peneliti untuk melakukan skripsi.
3. Anggawira, *Tim Sukses Anies Sandi* yang memberikan kesempatan kepada peneliti untuk mewawancarai, memberikan data, dan mengundang peneliti dalam acara Silaturahmi Akbar Relawan Anies Sandi.
4. Anthony Leong, Tim Media Sosial Anies Sandi yang baik dan ramah bersedia diwawancarai saat bertemu di Silaturahmi Akbar Relawan Anies Sandi.
5. Effy Zalfiana Rusfian, pakar komunikasi politik yang ramah dan memberikan berbagai pandangan mengenai komunikasi politik dari topik skripsi ini.
6. Fadhli relawan Sahabat Anies Sandi yang menjadi teman baru sekaligus informan untuk penelitian, Noldy dan Rizka yang bersedia diwawancarai sebagai *followers* Sandi di *Instagram*.
7. Papa, mama, cece, dan keluarga peneliti yang senantiasa memberikan dukungan dan doa untuk kelancaran skripsi ini.
8. Eliza dan Amelia sahabat dan teman perjuangan yang selalu menyemangati peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.

9. Hans yang menjadi tempat berkeluh kesah, penyemangat, dan menemani bimbingan.
10. Jovita, Dea, dan David teman satu bimbingan peneliti yang berjuang bersama untuk konsultasi, wawancara, dan menyelesaikan skripsi ini.
11. Rekan-rekan lain yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu sehingga skripsi ini akhirnya dapat terselesaikan.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat berguna dan memberikan sumbangsih dalam lingkup komunikasi politik sebagai pembelajaran dari strategi politisi dalam menggunakan media sosial sebagai kanal komunikasi di tengah pesatnya perkembangan teknologi komunikasi.

Jakarta, Juli 2017



Peneliti

# STRATEGI KAMPANYE PILKADA DKI 2017

## SANDIAGA UNO DI MEDIA SOSIAL

(Studi Kasus: Pemanfaatan Kanal Komunikasi Politik Sandiaga Uno di *Instagram*)

### ABSTRAK

Oleh: Nadia Sumana Putri

Media sosial merupakan kanal komunikasi yang kini digunakan oleh politisi untuk menjangkau target audiens yang dimiliki. Melalui media sosial politisi dapat menciptakan panggung untuk menyampaikan pesan politik. Pada periode kampanye berlangsung, politisi memilih untuk mensosialisaikan diri dan program kerjanya melalui media sosial yang telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat. Salah satu politisi yang aktif menggunakan media sosial untuk kampanye adalah Sandiaga Uno dengan menggunakan *Instagram* sebagai kanal komunikasi politik untuk membidik kaum *millennial*.

Judul skripsi ini adalah “Strategi Kampanye Pilkada DKI 2017 Sandiaga Uno di Media Sosial (Studi Kasus: Pemanfaatan Kanal Komunikasi Politik Sandiaga Uno di *Instagram*)”. Tujuannya untuk mengetahui cara kampanye Sandiaga Uno di media sosial *Instagram* selama masa Kampanye Pilkada DKI 2017 dan pengelolaan kesan Sandiaga dalam menyampaikan pesan-pesan politik di media sosial *Instagram*. Model penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan wawancara dan observasi untuk memperoleh data.

Dari hasil penelitian diperoleh bahwa Sandiaga terbukti melakukan manajemen impresi dengan memainkan peran saat berada di panggung depan, yaitu pengelolaan konten yang ada di *Instagram* miliknya. Melalui kemeja putih yang digunakan, Sandiaga berusaha untuk membuat kesan pemimpin yang bersih dan sederhana. Perbedaan yang dimiliki oleh Sandiaga pada panggung belakang hanya berupa gaya bahasa yang lebih informal serta pakaian yang lebih bervariasi. Oleh karena peran yang dimainkan tersebut, *followers* Sandiaga menerima manajemen impresi tersebut secara positif sehingga penilaian yang diberikan termasuk ke dalam *Lattitude of Acceptance* dan menimbulkan efek asimilasi..

**Kata Kunci:** media sosial, kampanye politik, dramaturgi, dan komunikasi politik



# **SANDIAGA UNO'S STRATEGY FOR JAKARTA GOVERNOR ELECTION 2017 ON INSTAGRAM**

*(Case Study: Sandiaga Uno's Instagram as Political  
Communication Channel)*

## **ABSTRACT**

*Created By: Nadia Sumana Putri*

*Social media is a new communication for politician to reach their target audience. From social media, politician can create a stage to deliver political messages. During political campaign period, politician prefer to use their personal social media that has become a part of people lifestyle to introduce themselves as a candidate and to socialize their programs.*

*This thesis is about "Sandiaga Uno's Strategy for Jakarta Governor Election 2017 on Instagram. The aim of this thesis is to know the way of Sandiaga Uno's campaign on Instagram works during Jakarta's Governor Election and how Sandiaga Uno management impression to convey a political messages on Instagram is. This research method is using qualitative descriptive to collect data by depth interview and observation.*

*The conclusion for this research prove that Sandiaga did a role play as his impression management as dramaturgic's front stage on Instagram. For example, his white shirt is a symbolization for credibility and humble leader. The differentiation from Sandiaga front and backstage is the way he deliver message with informal language and variety of his appearance. In addition, Sandiaga Uno's followers also received his impression management in a positive way as judgement and stand for Latitude of Acceptance for assimilation effect..*

**Keywords:** *social media, political campaign, dramaturgy, and political communication*

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Kegunaan Penelitian.....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Teori yang Digunakan.....	21
2.3 Konsep yang Digunakan .....	31
2.4 Alur Pikir Penelitian.....	49

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian .....	51
3.2 Paradigma Penelitian.....	53
3.3 Metode Penelitian.....	54
3.4 <i>Key Informant</i> dan <i>Informant</i> Penelitian.....	56
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.6 Triangulasi.....	61
3.7 Teknik Analisis Data.....	63

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Subjek Penelitian .....	66
4.2 Objek Penelitian.....	68
4.3 Hasil Penelitian.....	73
4.4 Pembahasan.....	93

### BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	140
5.2 Saran.....	143

DAFTAR PUSTAKA.....	144
---------------------	-----

LAMPIRAN.....	150
---------------	-----

DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	196
---------------------------	-----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur Dan Jenis Kelamin di DKI Jakarta 2016.....	4
Gambar 1.2 <i>Followers</i> Sandiaga Uno Di <i>Instagram</i> .....	7
Gambar 1.3. Grafik <i>Followers</i> Sandiaga Uno Di <i>Instagram</i> .....	7
Gambar 1.4. Hasil <i>Real Count</i> Pilkada DKI Jakarta 2017 Putaran Pertama.....	8
Gambar 1.5. Hasil <i>Real Count</i> Pilkada DKI Jakarta 2017 Putaran Kedua.....	9
Gambar 1.6. Sandiaga Memperagakan Kesenian Betawi.....	10
Gambar 1.7. Anie Membonceng Kaum Difabel.....	11
Gambar 4.1. <i>Followers</i> Sandiaga September 2016.....	68
Gambar 4.2. Analisis <i>Followers</i> Sandiaga September 2016.....	69
Gambar 4.3. Profil <i>Instagram</i> Sandiaga Uno.....	72
Gambar 4.4. Demografi <i>Instagram</i> Sandiaga Uno.....	77
Gambar 4.5. Jumlah Pemilih Muda DKI Jakarta 2017.....	78
Gambar 4.6. Prabowo Memberikan Mandat Kepada Sandiaga Uno.....	85
Gambar 4.7. Sandiaga Memberikan Seminar Wirausaha.....	86
Gambar 4.8. Sandiaga Bersama Keluarga di Kelulusan Putrinya.....	87
Gambar 4.9. Sandiaga Mengunjungi Rakyat Kecil.....	95
Gambar 4.10. Warga Mendoakan Sandiaga .....	96
Gambar 4.11. Sandiaga Bersama Ulama.....	97
Gambar 4.12. Acara Silaturahmi Akbar INSIDER .....	100

Gambar 4.13. Anggawira dan Sandiaga di Silaturahmi Akbar INSIDER .....	101
Gambar 4.14. Konten Foto Prgoram Kerja Sandiaga di <i>Instagram</i> .....	107
Gambar 4.15. Sandiaga Mengajak Warga <i>Selfie</i> .....	110
Gambar 4.16. Sandiaga Bersama Kandidat Pilkada.....	113
Gambar 4.17. Sandiaga Berpose OK OCE.....	113
Gambar 4.18. Sandiaga Sebagai Pembicara Seminar.....	116
Gambar 4.19. Sandiaga dan Nur Asia.....	119
Gambar 4.20. Anies Baswedan Baca <i>Tweet</i> Jahat.....	121
Gambar 4.21. <i>Engagement Instagram</i> Sandiaga Uno.....	134
Gambar 4.22. Jumlah Pengguna <i>Hashtag</i> #SalamBersama .....	134
Gambar 4.23. Jumlah Pengguna <i>Hashtag</i> #Anies Sandi.....	135
Gambar 4.24. Jumlah Pengguna <i>Hashtag</i> #MajuBersama.....	135
Gambar 4.25. Rata-Rata <i>Likes</i> dan <i>Comment Instagram</i> Sandiaga.....	138

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 1.....	16
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu 2.....	20
Tabel 4.1 Profil Sandiaga Uno.....	69
Tabel 4.2 Hasil Observasi Sandiga Uno.....	104

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

Profil Anggawira.....	150
Transkrip Wawancara <i>Key Informant</i> Anggawira.....	151
Transkrip Wawancara <i>Informant</i> Anthony Leong.....	160
Transkrip Wawancara <i>Informant</i> Effy Zalfiana Rusfian.....	167
Transkrip Wawancara <i>Informant</i> Noldy.....	172
Transkrip Wawancara <i>Informant</i> Rizka.....	178
Transkrip Wawancara <i>Informant</i> Fadhli.....	184
Dokumentasi Wawancara.....	192
Formulir Konsultasi Skripsi.....	194

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA