

RINGKASAN

Kemajuan teknologi yang pesat dimanfaatkan untuk menjalankan strategi kampanye politik dengan konsep baru, salah satunya melalui media sosial. Penggunaan media sosial secara tepat berkolaborasi dengan konten kampanye yang kreatif berhasil membuat Ridwan Kamil dan Oded M. Danial memenangkan pemilihan umum Walikota Bandung tahun 2013. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mendeskripsikan bagaimana motif Ridwan Kamil menggunakan *twitter* dan *facebook* sebagai strategi kampanye politik pada pemilihan Walikota Bandung tahun 2013 dan (2) menganalisis strategi kampanye politik Ridwan Kamil melalui *twitter* dan *facebook* pada pemilihan Walikota Bandung tahun 2013. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang memiliki ciri induktif dari fakta-fakta di lapangan kemudian menyimpulkan ke dalam tataran konsep atau teori. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam dan dokumentasi untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Pemilihan informan menggunakan teknik *snowball sampling* dengan memilih informan berdasarkan rekomendasi informan kunci. Informan pada penelitian ini diantaranya Ben Wirawan (Kang Ben), Juwanda (Kang Ajun), Arfi Rafnialdi (Kang Arfi), Sandy Kharisma (Kang Djonk), dan Rahmat Saputra (Kang Uttha) dari Tim Relawan Ridwan Kamil, Ganda Hutabarat (Kang Ganda) dan Herman Wicaksono (Kang Wicak) dari Tim Partai Pengusung Ridwan Kamil, dan Bu Lisma Ismatika dari Komisi Pemilihan Umum (KPU Kota Bandung). Penelitian ini menggunakan analisis data interaktif, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi sebagai tinjauan ulang pada catatan lapangan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Strategi kampanye politik Ridwan Kamil melalui *twitter* dan *facebook* dilatarbelakangi oleh beberapa hal, diantaranya sosok Ridwan Kamil sebagai pengguna aktif media sosial, media sosial yang mendapat perhatian lebih oleh banyak kalangan, terutama kalangan pemuda, dan sasaran segmen pemilih yang dituju adalah kalangan pemuda atau usia pemilih pemula. Konten kampanye yang dirancang oleh tim pemenangan disesuaikan dengan segmen yang dipilih sebagai sasaran berkampanye. Media sosial yang dipilih dan dimaksimalkan penggunaannya adalah *twitter* dan *facebook*. (2) Strategi kampanye yang digunakan melalui *twitter* dan *facebook* oleh tim relawan berhasil membangun interaksi dengan pengguna media sosial, sedangkan strategi yang digunakan oleh tim partai pengusung yaitu Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dan Partai Gerindra melalui *twitter* dan *facebook* berupa kegiatan kampanye tatap muka yang dilakukan oleh Ridwan Kamil dan Oded M. Danial.

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah bahwa penggunaan media sosial sebagai media berkampanye politik merupakan strategi yang tepat apabila digunakan secara tepat dan dikolaborasikan dengan keunggulan kandidat politik sebagai kunci untuk memenangkan pemilihan kepala daerah. Strategi kampanye Ridwan Kamil melalui *twitter* dan *facebook* memiliki implikasi terhadap konsep teori STP (Segmentasi, *targeting*, dan *positioning*) dimana tahapan konsep tersebut efektif digunakan dalam menyusun strategi kampanye politik.

Kata kunci: *facebook*, kampanye politik, strategi, *twitter*

SUMMARY

Political campaign strategy with a new concept utilized the advances of rapid technology, one of them is through social media. The fullest use of social media collaborate with the creative content of the campaigns managed to make Ridwan Kamil and Oded M. Danial win the election of Bandung Mayor in 2013. The purpose of this research are (1) to describe how was the motive of Ridwan Kamil using twitter and facebook as a political campaign strategy on the election of Bandung Mayor in 2013 and (2) to analyze the political campaign strategy of Ridwan Kamil in using twitter and facebook for the election of Bandung Mayor in 2013. This research uses a qualitative method with case study approach that has the inductive characteristics from the facts on the field which is then summarized into the level of concept or theory. The data collection used in this research is the technique of in-depth interviews and documentation to obtain information that support the analysis and interpretation of data. The selection of informants is using snowball sampling technique that select the informants based on key informant recommendation. The informants in this research are Ben Wirawan (Kang Ben), Juwanda (Kang Ajun), Arfi Rafnialdi (Kang Arfi), Sandy Kharisma (Kang Djonk), and Rahmat Saputra (Kang Uttha) from Ridwan Kamil's team of volunteers, Ganda Hutabarat (Kang Ganda) and Herman Wicaksono (Kang Wicak) from political Party team of Ridwan Kamil, and Bu Lisma Ismatika from the General Election Commission (GEC of Bandung). This research uses interactive data analysis, namely data reduction, data presentation, and conclusion or verification as a review of the record field.

The results showed that (1) The strategy of Ridwan Kamil's political campaigns through twitter and facebook motivated by several things, such as the figure of Ridwan Kamil who is an active user of social media, social media as a new media that gets more attention by many people, especially among the youth, and the segment target of voters is among the youth or first-time voters age. The content of campaign designed by the winning team adjusted to the selected segment as a campaigning target. The social media that has been selected and maximized its use is twitter and facebook. (2) The campaign strategy used through twitter and facebook, by the volunteers team managed to build interaction with social media users, while the strategy used by the political party team, namely Partai Keadilan Sejahtera (PKS) and Partai Gerindra through twitter and facebook, such as the dissemination of face to face campaign activities conducted by Ridwan Kamil and Oded M. Danial. The conclusion from this research is the use of social media as a political campaigning media is an appropriate strategy when it used optimally and collaborated with the advantages of the political candidate as a key to win the local elections. Ridwan Kamil's campaign strategy through twitter and facebook has the implications for the theoretical concept of political marketing such as segmentation, targeting and positioning which the concept stage is effectively used in a political campaign strategy.

Keywords: *facebook, political campaigns, strategy, twitter*