

TESIS

**GERAKAN MILENIAL INDONESIA SULAWESI SELATAN (GMI
SULSEL) DALAM PEMENANGAN PASANGAN PRABOWO-SANDI
TAHUN 2019 DI KOTA MAKASSAR**



OLEH

MIFTAHUL KHIYARAH

E052172004

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2020**

TESIS

GERAKAN MILENIAL INDONESIA SULAWESI SELATAN
(GMI SULSEL) DALAM PEMENANGAN PASANGAN
PRABOWO-SANDI TAHUN 2019
DI KOTA MAKASSAR

Disusun dan diajukan oleh
MIFTAHUL KHIYARAH
Nomor Pokok E052172004

telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Tesis
pada tanggal **27 Agustus 2020**
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Menyetujui
Komisi Penasihat




Prof. Dr. Muhammad, S.I.P., M.Si.
Ketua



Dr. Gustiana A. Kambo, S.I.P., M.Si.
Anggota

Ketua Program Studi
Ilmu Politik,



Dr. Ariana, S.I.P., M.Si.

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas Hasanuddin,



Prof. Dr. Armin-Arsyad, M.Si.

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Miftahul Khyerah
Nomor Pokok Mahasiswa : E052172004
Program Studi : (S2) Ilmu Politik

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 12 Oktober 2020

Yang Menyatakan



Miftahul Khyerah

ABSTRAK

MIFTAHUL KHIYARAH. *Gerakan Milenial Indonesia Sulawesi Selatan dalam Pemenangan Pasangan Prabowo-Sandi Tahun 2019 di Kota Makassar (dibimbing oleh Muhammad dan Gustiana A. Kambo).*

Penelitian ini bertujuan menganalisis upaya Gerakan Milenial Indonesia (GMI Sulsel) dalam memenangkan Prabowo-Sandi pada Pemilihan Presiden Tahun 2019 di Kota Makassar. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Makassar. Jenis penelitian adalah deskriptif kualitatif. Untuk mendeskripsikan objek dan subjek penelitian digunakan data yang bersifat empirik. Data dikumpulkan melalui wawancara dan dokumentasi. Data dianalisis menggunakan teori gerakan sosial baru dan teori strategi pemasaran politik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya yang dilakukan gerakan GMI Sulsel dalam memenangkan Prabowo-Sandi di Kota Makassar adalah melakukan kampanye dengan menggunakan dua metode strategi pemasaran politik secara bersamaan, yaitu kampanye melalui kegiatan kreatif dan kampanye melalui media sosial. Gerakan ini berhasil memenangkan Prabowo-Sandi dengan melakukan sosialisasi berupa program kerja hingga profil yang didistribusikan melalui kegiatan-kegiatan langsung. Demikian pula, konten media sosial dikemas dengan cara yang inovatif sehingga penyampaian pesan-pesan politik yang sederhana dan menarik mampu memengaruhi perspektif kaum milenial Kota Makassar. Termasuk pula mengenai pentingnya berpartisipasi dalam proses politik dan yakin untuk menjatuhkan pilihan kepada Prabowo-Sandi.

Kata kunci: gerakan sosial baru, strategi, pemasaran politik



ABSTRACT

MIFTAHUL KHIYARAH. *The South Sulawesi Indonesian Millennial Movement (GMI Sulsel) in the 2019 Prabowo-Sandi Couple Winning in Makassar City.* (supervised by **Muhammad** and **Gustiana A Kambo**).

This study aims to analyze the efforts of the Indonesian Millennial Movement (GMI Sulsel) in winning Prabowo-Sandi in the 2019 Presidential Election in Makassar City.

This research was conducted in Makassar City. The type of research used was descriptive qualitative. To describe objects and research subjects, the research used empirical data. Data were collected through interview and documentation methods. Data were analyzed using new social movement theory and political marketing strategy theory.

The results show that the efforts made by this movement in winning Prabowo-Sandi in Makassar City was by conducting a campaign using two methods of political marketing strategy simultaneously, namely campaigns through creative activities and campaigns through social media. This movement succeeded in winning Prabowo-Sandi by disseminating work programs and to distribute profiles through direct activities and social media content packaged in an innovative way so that the simple and attractive political messages can influence the millennials' perspective of Makassar about the importance of being participated in the political process and to be convinced to make a choice for Prabowo-Sandi.

Keywords : New Social Movements, Strategies, Political Marketing



DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Pernyataan Keaslian.....	iii
Abstak.....	iv
Abstract.....	v
Daftar Isi.....	vi
Daftar tabel.....	ix
Daftar Gambar.....	x
Kata Pengantar.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.. ..	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN TEORITIS	14
2.1 Gerakan Sosial Baru (New Social Movement).....	14
2.1.1 Gerakan Sosial Melalui Media Sosial.....	14
2.2 Strategi Politik.....	25
2.2.1 Strategi Pemasaran Langsung	28
2.2.2 Strategi Pemasaran Melalui Media.....	30
2.3 Penelitian yang relevan.....	34
2.4 Kerangka Pikir.....	41
BAB III METODELOGI PENELITIAN	42
3.1 Lokasi Penelitian.....	42
3.2 Pendekatan dan Metode Penelitian.....	48

3.3 Fokus Penelitian.....	48
3.4 Teknik Pengumpulan data.....	48
3.5 Teknik Analisis Data.....	50
BAB IV GAMBARAN UMUM DAN PROFIL PENELITIAN.....	53
4.1 Profil Gerakan Milenial Indonesia Sulsel.....	53
4.2 Data jumlah penduduk Milenial Kota Makassar 2019.....	57
4.3 Data KPU Kemenangan Prabowo-Sandi di Kota Makassar.....	59
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	61
5.1 Upaya GMI Sulsel dalam memenangkan Prabowo Sandi di Kota Makassar	61
5.1.1 Upaya Kampanye Melalui Kegiatan Kreatif	62
5.2 Upaya Kampanye Melalui Media Sosial.....	71
5.3 Implikasi Teori.....	97
5.3.1 Analisis Gerakan Sosial Baru Melalui Media Sosial.....	98
5.3.2 Analisis Pemasaran Langsung dan Pemasaran Melalui Media.....	105
BAB VI PENUTUP.....	115
6.1 Kesimpulan.....	115
6.2 Saran.....	126
Daftar Pustaka	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tabel Jumlah Penduduk berdasarkan Umur dan Jenis Kelamin Tahun 2019 Kota Makassar.....	57
Tabel 2. Tabel Daftar Pemilih Tetap Kota Makassar.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.. Skema Kerangka Pemikiran.....	42
Gambar 2.. Foto Konten Media Sosial Instagram GMI Sulsel.....	63
Gambar 3. Foto Konten Media Sosial Instagram GMI Sulsel.....	68
Gambar 4. Foto Konten Media Sosial Instagram GMI Sulsel.....	74
Gambar 5. Foto Konten Media Sosial Instagram GMI Sulsel.....	85
Gambar 6. Foto Konten Media Sosial Instagram GMI Sulsel.....	92

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa terlimpah dan tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman, aamiin.

Penulisan tesis ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Magister Ilmu Politik pada Universitas Hasanuddin Makassar dengan judul yang penulis ajukan “ Gerakan Milenial Indonesia Sulawesi Selatan (GMI Sulsel) dalam Pemenangan Pasangan Prabowo-Sandi Pada Pilpres 2019 di Kota Makassar.

Dalam penyusunan dan penulisan ini banyak hambatan yang penulis hadapi dan sempat kehilangan semangat, namun Alhamdulillah akhirnya dapat terselesaikan tidak terlepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak ;

1. Ibu Prof.Dr Dwia Aries Tina Pubuluhu, MA., Selaku Rektor Universitas Hasanuddin Makassar.
2. Bapak Prof. Dr. Armin Arsyad, M.Si Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Univesitas Hasanuddin Makassar

3. Bapak Dr. Suparman, M.Si dan Bapak Dr. Phil Sukri, M.Si Selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar
4. Ibu Dr. Ariana Yunus, M.Si., Selaku Ketua Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Bapak Prof. Dr. Muhammad, S.IP M.Si., Selaku Dosen Pembimbing I
6. Ibu Dr. Gustiana A. Kambo, S.IP, M.Si., Selaku Dosen Pembimbing II
7. Bapak Prof. Dr. Basir, M.Ag ., Selaku Penguji
8. Bapak Dr. Phil Sukri, M.Si., Selaku Penguji
9. Bapak Dr. Lukman Irwan, S.IP M.Si., Selaku Penguji
10. Bapak, Ibu Dosen beserta seluruh staff akademik yang turut membantu dalam proses administrasi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
11. Kedua Orang Tua Penulis, Bapak Nursyam Mustamin, SH.MH., dan Ibu Dra. Hj. Subaedah, M.Hi.
12. Kepada Sahabat, Siti Hardianty, A.Ummu Kalsum, Nurtakwa, Rahman, Ashar. Teman- Teman, Senior Kak Nadia, Kak Wati, Kak Mulawarman, dan kak Adil yang turut andil memberi bantuan kepada penulis berupa dorongan, semangat dan doa dalam proses- proses penyusunan tesis ini.
13. Kepada Anggarda Pahlawan terima kasih telah turut andil dalam memberikan waktu yang banyak dan semangatnya dalam proses penyusunan tesis ini.

Dan semoga segala bantuan yang diberikan, sebagai amal sholeh senantiasanya mendapat Ridho Allah SWT. Sehingga pada akhirnya tesis ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis umumnya bagi kita semua.

Makassar, 25 Agustus 2020

Penulis

Miftahul Khiyarah, S.Sos, M.Si

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pemuda merupakan agen dari sebuah perubahan. Peran pemuda dapat dilihat sejak perjuangan kemerdekaan Indonesia, melalui gerakan-gerakan aktif yang terhimpun dalam sebuah organisasi sehingga dapat merealisasikan ide-ide dan gagasannya. Gerakan pemuda tersebut seperti Budi Utomo yang dibentuk pada tahun 1908, Taman Siswa oleh Ki Hajar Dewantara, kemudian Muhammadiyah oleh Ahmad Dahlan. Gerakan pemuda yang sarat nilai dan diapresiasi oleh lapisan masyarakat inilah, yang harus dikembangkan sehingga pergerakan bangsa menjadi semakin dinamis, dan perbaikan kehidupan bernegara dalam setiap dimensi kehidupan selalu berkesinambungan.¹

Perkembangan bangsa tidak lepas dari kontribusi pemuda didalamnya, karena gerak pemuda merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu negara, karena harapan dunia selalu bertumpu pada pemudanya.² Namun di era saat ini pemuda hanya fokus terhadap pendidikan sebagai syarat untuk masuk dalam pasar tenaga kerja sehingga dijauhkan dari isu-isu politik yang dianggap tidak terkait langsung dengan kehidupan ekonomi. Namun dengan perkembangan teknologi dan informasi membuat sebagian masyarakat mulai kritis terhadap kondisi yang dialami, sehingga hal ini mempengaruhi kesadaran sebagian kaum muda intelektual terhadap pentingnya pemahaman politik.

¹ Dewanata Pandu. 2008. Rekonstruksi Pemuda. Jakarta. Hal 139

² Gregorius Aryodamar P. Jurnal Prabowo sebut 3 tolak ukur keberhasilan Versi PBB. Jakarta : <http://www.idntimes.com/news/indonesia>

Perkembangan teknologi dan informasi khususnya media sosial yang dimanfaatkan secara positif mendorong perubahan perilaku sebagian kaum milenial yang banyak belajar dan membaca informasi yang kemudian menambah wawasan. Hal ini yang kemudian mendorong kesadaran kaum milenial terhadap fungsi lain dari media sosial selain untuk berinteraksi juga untuk menyalurkan gagasan dan sekaligus sebagai kontribusi dalam mengembangkan pengetahuan sosial dan politik dalam masyarakat. Media sosial dalam hal ini telah memberikan sarana yang luas bagi masyarakat untuk mengekspresikan sikap mereka, baik itu dalam bentuk gerakan sosial baru maupun sebagai pengontrol.³

Gerakan kaum muda yang dibentuk oleh dua inisiator yaitu Amirul Yamin Ramadhansyah dan Putri Utami Muis, yaitu Gerakan Milenial Indonesia (GMI) Sulsel merupakan organisasi kepemudaan yang terbentuk menjelang pemilihan presiden dan wakil presiden, kemudian gerakan ini disahkan dengan SK oleh Kementerian Hukum dan HAM untuk mengkampanyekan Prabowo-Sandi. Sehingga gerakan ini aktif dalam kepengurusannya di Kota Makassar hingga seluruh pelosok daerah Sulawesi Selatan yang berhasil membentuk GMI di 24 Kabupaten/Kota.

Gerakan ini merupakan wadah kaum muda atau milenial berusia 17- 35 tahun yang bersifat terbuka tanpa menghiraukan latar belakang kelas sosial, yang bertujuan memenangkan pasangan Prabowo-Sandi dan sekaligus memberikan stimulus berupa pemahaman politik dan pentingnya

³ Manuel Castell, 2010 (1996), *The Rise of Network society*. Hal 28

berpartisipasi politik, sehingga mampu mengeksplorasi diri dalam aktivitas kepemudaan sebagai kontribusi dalam mewujudkan sebuah perubahan.

GMI Sulsel ini diluar dari relawan maupun tim sukses Prabowo-Sandi, dimana gerakan ini terbentuk atas inisiatif kaum milenial sebagai wujud kepedulian terhadap masalah sosial dan politik dengan menyalurkan gagasan dan partisipasi untuk menciptakan keadaan yang lebih baik, langkah awalnya dengan berusaha memberi pendidikan politik melalui saluran organisasi tersebut.

Gerakan ini menilai kondisi pemerintahan saat ini belum mampu mensejahterakan perekonomian masyarakat, terutama pada kurangnya ketersediaan lapangan pekerjaan padahal potensi yang dimiliki oleh kaum muda dapat dikembangkan. Inovasi pada cara bersikap dan berpikir kaum muda sangat dibutuhkan, maka dalam upaya mewujudkan itu negara membutuhkan pemimpin yang mampu melakukan inovasi, dan mengerti apa yang sebenarnya menjadi permasalahan saat ini, yaitu kontrasnya sumber daya alam yang melimpah dengan sumber daya manusia yang seharusnya dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya.

Gerakan ini menunjang untuk mengembangkan potensi pada kaum muda, karena memiliki jaringan dengan politisi muda bahkan dengan para tokoh inspirator. Kaum muda dapat lebih kreatif, inovatif dan berjiwa progresif dalam melatih kemampuan berbicara dihadapan umum, terbiasa dengan lingkungan tersebut dapat menambah kemampuan komunikasi yang baik dan mendapatkan banyak pengetahuan baru mengenai banyak hal terutama mengenai sosial dan politik. Sehingga

kaum milenial menjadi cerdas dalam menfilterisasi isu dan berita yang saat ini dengan mudah didapatkan dari media informasi.

Kaum milenial Kota Makassar sangat antusias mendukung gerakan ini untuk mewujudkan harapan tersebut. Pemimpin ideal dari sudut pandang kaum milenial adalah yang mampu mewujudkan apa yang anak muda impikan untuk menyongsong perubahan dan mensejahterakan masyarakat.⁴ Program kerja yang ditawarkan oleh Prabowo-Sandi merupakan salah satu daya tarik milenial, ditambah karena Sandi adalah sosok pemuda yang sukses diusia muda dan cukup menginspirasi mampu mencerminkan kaum milenial dari segi kecerdasan emosional dan intelektualnya.

GMI Sulsel mengaktualisasikan dukungannya dengan aktif mensosialisasikan visi dan misi Prabowo-Sandi sekaligus merangkul kaum muda atau milenial agar berpartisipasi dalam pesta demokrasi.⁵ Diketahui bahwa demokrasi dapat terpelihara jika masyarakat mampu berpartisipasi setidaknya pada hak pilihnya dalam pemilu. Semakin tinggi kesadaran kaum milenial untuk berpartisipasi politik maka akan menghasilkan mempengaruhi perubahan dalam menciptakan budaya politik dan kepemimpinan baru.

Adapun untuk mencapai kondisi tersebut, gerakan ini memberikan stimulus untuk belajar dan memahami pentingnya partisipasi politik

⁴ Muhammad Fida Ul Haq. Jurnal Detik News. <https://news.detik.com/berita/d-4225246/prabowo-gelombang-harapan-rakyat-berpaling-ke-kita>. diakses pada tanggal 12- 10- 2019

⁵. Tribunnews. Visi dan Misi Gerakan Milenial Indonesia mendukung Prabowo-Sandi. terbit 16 Desember 2018

dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi untuk melakukan sosialisasi. Sosialisasi dilakukan untuk merubah perspektif pandangan kaum milenial dalam proses politiknya. Pentingnya pendidikan politik adalah untuk memahami tentang hak, kewajiban dan tanggung jawab sebagai warga negara. Oleh karena itu gerakan ini aktif memberikan pendidikan politik melalui informasi dan pesan-pesan politik melalui media sosial. karena masyarakat saat ini tidak dapat dipungkiri dalam menentukan pilihan politiknya, dapat dipengaruhi oleh akses berita politik dari media.

Sosialisasi dan berkampanye politik dengan media sosial merupakan salah satu bukti terjadinya perubahan dalam praktik politik dan kampanye. GMI Sulsel memilih Instagram sebagai media sosial yang banyak digunakan oleh kaum milenial saat menjelang pemilu, intensitas penggunaan instagram ini sangat berpeluang untuk menggalang suara dari kaum milenial. Sebelumnya pemanfaatan media sosial telah berhasil memenangkan Barack Obama dalam pemilihan presiden Amerika Serikat.

Gerakan milenial ini melihat bahwa penyampai pesan-pesan politik melalui media sosial yang pernah dilakukan oleh Obama dan Jokowi-Ahok, sangat efektif mempengaruhi calon pemilih milenial. Realitas saat ini bahwa media sosial telah digunakan sebagai media komunikasi sehari-hari karena mudah diakses dan intensitas penggunaannya sangat tinggi. Oleh karena itu media sosial kemudian menjadi efektif digunakan untuk melakukan sosialisasi program kerja, menjalin interaksi dengan saling bertukar pikiran dalam diskusi dan kritikan terhadap suatu isu secara aktif

sebagai jalan untuk memancing partisipasi pengguna media sosial dan yang paling penting tercapainya tujuan untuk memenangkan Prabowo-Sandi.

Penggunaan media sosial sebagai media pemasaran politik merupakan sebuah inovasi yang berhasil menyampaikan pesan-pesan kampanye politik. Lebih dari itu, media sosial berhasil menyatukan kaum muda yang membentuk gerakan untuk mendukung keberhasilan pasangan Prabowo-Sandi. GMI Sulsel berorientasi dengan pengetahuan dan pendidikan yang dimiliki sehingga mampu mempengaruhi pemikiran pengguna media sosial. Keberhasilan penggunaan pemasaran politik dengan media dalam oleh beberapa politikus ini dianggap pantas untuk dijadikan sebagai cara alternatif untuk memenangkan pemilihan.

Penelitian ini menganalisis upaya GMI Sulsel dalam memenangkan Prabowo-Sandi di Kota Makassar khususnya mengenai strategi politik yang digunakan oleh gerakan ini dalam mengaktualisasikan dukungan hingga berhasil memenangkan Prabowo-Sandi di Kota Makassar. Adapun judul penelitian ini adalah “Gerakan Milenial Indonesia Sulsel Dalam Pemenangan Pasangan Calon Prabowo- Sandi di Kota Makassar”

Penelitian ini menganalisis bahwa strategi pemasaran yang digunakan untuk memenangkan Prabowo-Sandi yaitu dengan mempublikasikan visi-misi program unggulan, hasil interaksi dengan masyarakat melalui kegiatan langsung, profil kandidat. Dan konten politik yang didistribusikan sebagai upaya mempengaruhi masyarakat dan mendapatkan dukungan.

Hasil survei yang dilakukan oleh pusat studi strategi pusat nasional dan internasional menunjukkan kaum milenial pengguna media sosial terbagi preferensi politiknya terhadap dua figur calon presiden, yaitu Joko Widodo dan Prabowo Subianto. Adapun dari 54,7 persen generasi milenial pengguna Instagram, 29,6 persen memilih Prabowo, sedangkan 26,5 persen memilih Jokowi. Hal ini menunjukkan sosialisasi Jokowi di media sosial memang tidak efektif bagi pemilih Jokowi.⁶

Hasil survei ini cukup menjelaskan bahwa generasi milenial pada saat menjelang pemilu kemarin lebih besar mendukung Prabowo-Sandi. Hal ini membuktikan bahwa media sosial cukup berpengaruh dalam kemenangan Prabowo-Sandi di Kota Makassar. Media sosial sangat efektif menciptakan ruang bagi kaum muda lain untuk dapat terlibat dan berpartisipasi di dalam politik. GMI Sulsel melakukan publikasi kegiatan sejak awal terbentuk dan memiliki divisi media dan publikasi yang bertugas untuk memperbarui segala informasi tentang Prabowo-Sandi di media sosial instagram.

Strategi gerakan ini dalam mengemas konten yaitu menyesuaikan dengan isu yang sedang berkembang dalam masyarakat. Konten politik dikemas sesederhana mungkin tanpa menghilangkan nilai dari pesan politiknya. Konten instagram berupa foto, video, serta teks didistribusikan melalui akun instagram @gerakanmilenialsulsel untuk menarik perhatian

⁶ Nabila Tasandra. Survei CSIS: Milenial Pengguna Medsos Lebih Pilih Prabowo daripada Jokowi ; <https://nasional.kompas.com/read/2017/11/04/survei-csis-milenial-pengguna-medsos-lebih-pilih-prabowo-daripada-jokowi?page=all>.

calon pemilih. Konten yang didistribusikan dengan fokus visual ini menarik karena tidak bersifat monoton sehingga tidak menjenuhkan untuk dilihat.

Penggunaan media sosial ini merupakan sebuah kampanye politik untuk dapat mempengaruhi sikap pemilih. Pembentukan opini publik dilakukan GMI Sulsel dengan mengadakan kegiatan-kegiatan seperti seminar dan memberikan diskusi-diskusi masalah sosial dan politik melalui kegiatan ini selain mengkampanyekan Prabowo dominan juga memberi pelajaran politik yang benar.

GMI Sulsel juga melakukan berbagai kegiatan kreatif dan inovatif dalam menyampaikan program-program politik Prabowo-Sandi, agar dapat secara langsung berinteraksi dengan calon pemilih. Karena untuk menarik dukungan masyarakat tidak hanya dengan aktif dalam penyebaran informasi saja, tetapi diperlukan aksi atau kegiatan nyata.

Kegiatan tersebut diantaranya, kunjungan ke pasar-pasar tradisional seperti pasar pettarani dan pasar daya yang bertujuan menyisir kalangan pedagang-pedagang. Kegiatan seminar salah satunya yaitu "Ngobrol Politik Bareng Rocky Gerung". dilaksanakan oleh tim Prabowo-Sandi di Gedung Graha Pena Makassar. Kemudian cek kesehatan gratis dan sosialisasi kepada masyarakat untuk memilih Prabowo-Sandi. Kegiatan-kegiatan tersebut dilaksanakan secara sukarela tanpa bantuan dana dari tim kampanye Nasional.

GMI Sulsel yang berada diluar dari tim sukses harus menggunakan dana pribadi dari pengurusnya. Hal ini yang menjadi salah satu hambatan internal pada proses kampanye, terutama dana dalam membantu

masyarakat yang menjadi korban bencana alam. Seperti bantuan yang diberikan pada korban banjir di sekitar Tamalanrea dan Antang Kota Makassar. Namun dapat diatasi oleh seluruh koordinator baik itu ketua, pengurus maupun anggota berusaha mandiri dengan mengimbangi kampanye di media sosial untuk meminimalkan biaya.

Keunggulan GMI Sulsel dari Indonesia satu (gerakan milenial) yang mendukung Jokowi salah satunya semangat gerakannya yang benar-benar berorientasi dan totalitas dalam kampanye. Kegiatan yang dilakukan selalu dikemas dengan menarik dengan mengangkat isu- isu sosial sebagai topik diskusi, karena isu sosial dinilai sangat efektif untuk mempengaruhi masyarakat karena menjadi hal yang dirasakan secara langsung sehingga dukungan ataupun kritik dapat disebarkan, diterima dan direspons dengan cepat.

Kegiatan maupun konten diupayakan menarik, meskipun dalam hal ini GMI Sulsel posisinya sebagai pendukung Prabowo-Sandi tetapi dalam menggalang dukung milenial sama sekali tidak memuat unsur sara maupun ujaran kebencian dalam penyampaian gagasannya, sehingga respon dari masyarakat juga demikian dengan pengaplikasian menggunakan bahasa yang baik dan santun sehingga visi dari gerakan ini tercapai yaitu berpolitik dengan iklim yang sejuk.

Antusiasme pendukung Prabowo-Sandi kemudian terlihat dalam merespon kegiatan serta konten- konten gerakan ini dari awal terbentuknya. Dimana syarat membentuk GMI di satu Provinsi Berdasarkan syarat harus minimal 1500 anggota tapi di Sulsel bahkan

melebihi kuota member yang ditentukan. Hal ini sesuai data setelah pemilihan tercatat lebih 3000 member yang ada dalam daftar list.⁷ Dan anggota terus bertambah hingga setelah pemilihan yang terdaftar adalah 12 ribu member untuk GMI Sulsel secara keseluruhan.

Selain itu antusias pengguna media sosial juga dapat dilihat pada jumlah pengikut GMI Sulsel di instagram yang mencapai 13 ribu pengikut. Keberhasilan Gerakan Milenial Indonesia dalam menggalang kaum milenial di Sulawesi Selatan dibuktikan dengan berhasilnya memenangkan pasangan calon Prabowo-Sandi pada pilpres 2019 khususnya di Kota Makassar. Penggunaan instagram ini efektif memfasilitasi interaksi dengan calon pemilih apalagi saat menjelang pemilu.

Respon masyarakat pada media sosial dalam bentuk komentar, melihat konten, mengisi list anggota GMI Sulsel pada google form dan hadir dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan merupakan sikap transparansi dukungan masyarakat. Dalam setiap pelaksanaan kegiatan baik itu seminar, kopi darat, kegiatan sosial sampai kampanye akbar kaum milenial antusias untuk hadir padahal sebelumnya para politikus sampai berupaya melakukan politik uang untuk mendapatkan dukungan. Kaum milenial tidak lagi tergerak oleh hal itu karena ditanamkan dengan pemahaman tentang demokrasi yang sehat.

Pengaruh keterlibatan GMI Sulsel dalam proses kampanye dan menggalang dukungan untuk Prabowo-Sandi cukup signifikan, terbukti

⁷ Tribunnews. gerakan pemuda <https://makassar.tribunnews.com/2018/11/25/pemuda-sulsel-bentuk-gerakan-menangkan-prabowo-sandi>

dengan perbandingan perolehan suara dan data komisi pemilihan umum dimana pasangan Jokowi-Ma'aruf hanya memperoleh 42.23% suara sedangkan Prabowo-Sandi 57.77% suara. Sehingga gerakan ini sangat berpengaruh dalam kemenangan Prabowo Sandi di Kota Makassar.

1.2. Rumusan Masalah.

Partisipasi Kaum muda dalam politik merupakan salah satu bentuk kontribusi dalam menentukan kualitas demokrasi di masa depan. Gerakan Milenial Indonesia (GMI) Sulsel ini kemudian terbentuk sebagai kepedulian terhadap realitas kaum milenial yang kurang berpartisipasi dalam politik yang disebabkan oleh kurangnya pemahaman politik. Untuk mewujudkan sebuah perubahan gerakan ini berorientasi untuk memberi pendidikan politik kepada kaum milenial untuk meningkatkan partisipasi politik dan menciptakan demokrasi yang lebih baik. salah satu upaya untuk mewujudkan harapan tersebut dengan aktif mendukung pasangan Prabowo-Sandi pada Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2019.

Kandidat Prabowo-Sandi merupakan figur pemimpin yang ideal bagi kaum milenial. Program kerja kandidat ini adalah daya tarik karena fokus programnya adalah pada bidang ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Kaum milenial. GMI Sulsel sebagai gerakan kepemudaan yang kemudian diberikan SK Kementrian Hukum dan HAM untuk berkampanye menjelang pemilu. namun sebagai gerakan inisiatif dan diluar dari tim sukses sehingga sama sekali tidak mendapat bantuan dana dari Tim Kampanye Nasional.

Gerakan ini sukarela tetapi sangat aktif dalam mengaktualisasikan dukungannya. Kemenangan Prabowo-Sandi dengan perolehan 416.990 suara sedangkan Jokowi-Ma'ruf dengan perolehan suara 304.115.⁸ Gerakan ini memiliki pengaruh terhadap kemenangan Prabowo-Sandi di Kota Makassar.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk menganalisis "Bagaimana upaya Gerakan Milenial Indonesia Sulsel dalam memenangkan pasangan Prabowo-Sandi di Kota Makassar ?" .

1.3 Tujuan Penelitian.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini yaitu: Untuk menganalisis upaya gerakan milenial indonesia dalam pemenangan pasangan Prabowo- Sandi di Kota Makassar.

1.4 Manfaat Penelitian.

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan yang bermanfaat baik secara teoritis maupun secara praktis.

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan kajian yang terkait; untuk kepentingan akademis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah ilmu politik dan perkembangan keilmuannya, terutama terhadap tema-tema yang terkait; serta dapat memberikan pemahaman bagi pembaca terkait .

⁸ Muhammad Taufiqqurahman, Rekapitulasi KPU Makassar: PrabowoKalahkan Jokowi, news.detik.com. diakses pada 17 September 2019 pukul 14:00 WITA.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan dapat menjadi acuan bagi para pemuda dan seluruh kaum milenial agar kedepannya dapat mengambil hal positif dari penelitian ini .

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini, peneliti menguraikan konsep dan teori yang akan digunakan sehingga peneliti dapat memahami tema penulisan sesuai landasan yang telah ditentukan sebelumnya. Selain itu, pada bab ini juga mencakup karya penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan serta kerangka pikir yang digunakan untuk memudahkan dalam melakukan penelitian. Hal-hal tersebut akan diuraikan sebagai berikut :

2.1 Gerakan Sosial Baru (New Social Movement)

Gerakan Sosial menurut Anthony Giddens dilihat sebagai upaya kolektif demi menggapai terwujudnya kepentingan bersama, mencapai tujuan bersama dengan cara tindakan kolektif dan memposisikan diri sebagai gerakan yang berada di luar pemerintahan.⁹ Metta Spencer menjelaskan bahwa gerakan sosial merupakan upaya kolektif yang dilakukan demi terwujudnya perubahan dan tatanan kehidupan yang baru.

Gerakan Sosial baru memposisikan diri sebagai partner pemerintah atau negara untuk menciptakan kehidupan yang lebih baik, gerakan sosial baru tidak lagi mengikuti pengorganisasian seperti serikat buruh tetapi lebih memilih saluran yang dapat memobilisasi opini publik untuk mendapatkan daya tawar politik, partisipan gerakan sosial baru umumnya

⁹ Suharko,2003. "Gerakan Sosial Baru di Indonesia: Repertoar Gerakan Petani", Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Vol.10 No.1. Hal 3

dari kaum terdidik. Serta menggunakan strategi dan cara mobilisasi yang bersifat global.¹⁰

Secara umum terdapat empat perspektif dalam memahami terjadinya gerakan- gerakan kolektif atau apa yang kemudian disebut sebagai gerakan sosial, yakni perspektif perilaku kolektif, mobilisasi sumber daya, proses politik, dan gerakan sosial baru. Pendekatan tersebut sebagai berikut ;

Perspektif perilaku kolektif menekankan aspek perilaku, perasaan dipinggirkan, dan rasa frustrasi yang muncul sebagai dampak perubahan sosial, ekonomi politik dan budaya. Kondisi seperti ini dipicu dan berubah menjadi aksi-aksi kolektif spontan, tidak terorganisasi, dan tidak menggunakan saluran-saluran resmi. Perasaan terpinggirkan terjadi kesenjangan antara nilai- nilai espektasi dinilai- nilai espektasi dengan kemampuan. Gerakan sosial muncul sebagai akibat ketidakpuasan. Ia kemudian akan semakin berkembang ketika ketidakpuasan semakin meluas dan pada saat yang sama tidak terdapat lagi institusi yang mampu berperan secara fleksibel yang mampu meresponnya.

Perspektif mobilisasi sumber daya melihat masalah dan ketegangan sosial sebagai sesuatu yang melekat di dalam masyarakat. Kenyataan bahwa ketidakpuasan seringkali tidak menimbulkan gerakan sosial dan tidak pada tempatnya bila kita menganggap ketidakpuasan selalu menghasilkan protes. Pendekatan ini menyatakan gerakan sosial muncul sebagai konsekuensi dari bersatunya para aktor dalam cara- cara

¹⁰ Pichardo dan Singh. Teori Gerakan Sosial Baru. 2001

yang rasional, mengikuti kepentingan- kepentingan mereka dan adanya peran sentral organisasi serta para kader dan pemimpin profesional untuk memobilisasi sumber- sumber daya yang ada pada mereka.

Perspektif proses politik memberikan perhatian yang sistematis pada lingkungan politik dan institusi tempat gerakan sosial tersebut berlangsung. Maju mundur maupun keberhasilan gerakan sosial ditentukan oleh peluang dan hambatan dalam sistem politik tertentu dan lingkungan luas atau apa yang kemudian lebih dikenal secara luas dengan konsep “ struktur peluang politik”. perspektif ini memandang lingkungan eksternal sangat mempengaruhi gerakan sosial. Di negara yang menganut sistem demokrasi atau konfigurasi politik demokratis, misalnya terbuka kesempatan peluang bagi rakyat untuk melakukan bentuk partisipasi politik.

Perspektif kultural (gerakan sosial baru) berkembang sebagai wujud ketidakpuasan pada institusi- institusi sosial dan politik masyarakat kapitalis maju, yakni transformasi dari masyarakat industrial ke pascaindustrial yang semakin menimbulkan batas- batas kelas, perspektif ini menempatkan konstruksi dan politisasi identitas sebagai perekat para partisipan di dalam keterlibatannya di dalam gerakan sosial.

Gerakan- gerakan seperti ini muncul dalam beragam bentuk seperti gerakan antirasisime, feminisme, gerakan lingkunganm isu- isu kebebasan individual. Partisipan didalam gerakan ini umumnya berasal dari kelas menengah baru, kaum terdidikm sering kali bekerja disektor- sektor non

produksi seperti akademisi, seniman, pekerja kemanusiaan, LSM, dan kaum yang relatif terdidik lainnya, demikian pula isunya mengalami pergeseran dari isu- isu redistributif ke isu- isu kualitas hidup dan pascamaterial, Gerakan sosial baru melihat gerakan- gerakan kontemporer merupakan respon terhadap ketidakcakapan struktur politik dan ekonomi masyarakat pascaindustrial. Ia berbeda dengan gerakan- gerakan lainnya karena struktur organisasinya yang terdesentralisasi, menggunakan taktik inkonvensional, dan fokusnya pada isu- isu budaya dan identitas. ¹¹

Gerakan sosial baru adalah gerakan sosial yang lebih berorientasi pada isu terkini dan tidak tertarik pada gagasan revolusi. Tampilan pada gerakan sosial baru lebih bersifat plural, mulai gerakan anti rasisme, anti nuklir, feminisme, kebebasan sipil dan lainnya. Gerakan sosial memiliki sifat utama yaitu adanya upaya kolektif yang diarahkan untuk mewujudkan perubahan baru ke tatanan kehidupan yang lebih baik dari tatanan yang sudah ada.¹²

Gerakan sosial dapat diartikan sebagai suatu gerakan kolektif yang dilakukan secara bersama untuk mencapai suatu tujuan bersama dengan cara melakukan upaya tertentu untuk kepentingan bersama. Donatella Della Porta dan Mario Diani membagi organisasi gerakan sosial ke dalam

¹¹ Donatella Della Porta and Mario Diani, *Social Movements: An Introduction* 2nd edition.

¹² Oman Sukmana, *Konsep dan Teori Gerakan Sosial* (Malang: Intrans Publishing, 2016). hal 4

dua golongan, yaitu organisasi gerakan sosial profesional dan organisasi gerakan sosial partisipatif.¹³

Organisasi Gerakan Sosial Professional merupakan organisasi yang tidak menjadi bagian dari masyarakat korban, kemudian golongan ini memiliki unsur profesional, karena terdapat struktur formal dan sistem manajemen yang memiliki kecakapan dalam hal teknis untuk keperluan gerakan, ciri ini melekat pada LSM.¹⁴

Organisasi Gerakan Sosial Partisipatif merupakan yang biasanya menjadi bagian dari masyarakat korban, golongan ini tidak memiliki unsur profesional, tidak terdapat struktur formal dan sistem manajemen. Misalnya pada organisasi protes massa, kelompok buruh, tani, dan pelayan, kelompok akar rumput dan lain sebagainya.¹⁵

Gerakan sosial baru timbul tidak hanya dari kaum buruh, melainkan dari mereka yang tidak terlibat langsung dalam proses produksi seperti mahasiswa yang menyuarakan pendapatnya mengenai kebijakan yang dianggap bertentangan dengan kondisi saat itu ataupun yang lainnya.

Gerakan saat ini didorong oleh perkembangan ilmu pengetahuan, kaum terpelajar bergabung dalam organisasi gerakan sosial. Perubahan bentuk atau sifat gerakan juga terlihat pada makin berkurangnya

¹³ Donatella Della Porta and Mario Diani, *Social Movements: An Introduction* 2nd edition, (Malden, USA: Blackwell Publishing, 2006). Hal 145

¹⁴ Donatella Della Porta and Mario Diani, *Social Movements: An Introduction* 2nd edition, (Malden, USA: Blackwell Publishing, 2006). Hal 145

¹⁵ Donatella Della Porta and Mario Diani, *Social Movements: An Introduction* 2nd edition. Hal 145

penggunaan tindak kekerasan. Hal ini karena anggota gerakan yang banyak menimbulkan konsekuensi diperlukannya manajemen organisasi. Akibatnya fokus aktivitas kelompok gerakan sosial tidak terpaku pada aksi langsung saja, melainkan juga mengusahakan aksi yang efektif, yaitu meminimalkan korban dan biaya gerakan.

Karakteristik gerakan sangat ditentukan oleh konteks dimana gerakan tersebut muncul. Perkembangan teknologi menyebabkan gerakan sosial berubah. Arus informasi yang bebas akibat perkembangan teknologi memungkinkan kesempatan politis tercipta dan diciptakan, mobilisasi massa dan sosialisasi keyakinan dilakukan oleh para aktivis gerakan. Gerakan sosial baru juga menghubungkan masyarakat dalam jejaring sosial.

Gerakan sosial lama untuk memunculkan isu-isu mengenai aksi sosial harus melalui tatap muka dan melakukan diskusi publik. Sekarang karena kecanggihan teknologi membuat isu-isu mengenai aksi sosial bisa dimulai melalui media sosial bahkan untuk menarik massa yang banyak bisa dilakukan melalui media sosial.

Masyarakat bisa menggerakkan suatu gerakan sosial melalui isu-isu yang hangat yang diangkat oleh media sosial lalu masyarakat dapat mengkritisi dan menyuarakan pendapatnya hingga menarik massa untuk mengikuti suatu gerakan sosial tertentu. Karakteristik Gerakan Sosial Baru sifatnya plural, diantaranya isu-isu yang berhubungan dengan anti

rasisme, anti nuklir, feminisme, lingkungan hidup, kebebasan sipil sampai pada isu-isu yang terkait pada perdamaian.¹⁶

2.1.1. Gerakan Sosial melalui Media Sosial

Gerakan sosial akan selalu mengalami perkembangan dan mulai masuk ke ruang digital khususnya media sosial karena arus globalisasi dan modernisasi. Opini-opini publik yang mudah diakses dengan biaya yang terbilang murah karena hanya bermodal dengan laptop ataupun smartphone yang telah diisi dengan pulsa internet. Hal ini lah yang kemudian memunculkan ketertarikan ruang digital untuk membangun opini publik dan mendorong terjadinya transformasi gerakan sosial di ruang digital.¹⁷

Ruang digital atau media baru dapat menjadi alternatif saat ruang publik fisik tidak memungkinkan dilakukan karena telah dikontrol atau dibatasi oleh otoritas tertentu. Media sosial memiliki kekuatan sebagai media baru yang punya pengaruh besar untuk menjalankan kekuatannya sebagai pengkritik serta pengawas dunia informasi dan komunikasi dari berbagai kegiatan yang berlangsung yang datang dari berbagai belahan dunia dalam ketentuan hitungan waktu cepat.¹⁸

Fungsi media sosial yaitu : Pertama, sebagai alat informasi, yaitu orang bisa mencari informasi atau menerima informasi dengan mudahnya. Kedua, sebagai alat interaksi. Interaksi lebih dari sekadar koneksi jaringan situs dan akun, tetapi juga interaksi kreatif pengguna dalam pertukaran

¹⁶ Haryanto, 2013. Gerakan sosial baru. Hal 188-189

¹⁷ Dikutip dari Basismedia ,2016. Gerakan sosial baru era digital. hal 16-18

¹⁸ Sri Ayu Astuti, 2013. Media sosial sebagai ruang publik. Hal 208

informasi. Mereka tak hanya mendapat informasi, tapi juga memiliki kesempatan untuk menanggapi sebuah informasi.

Ketiga, sebagai alat partisipasi, yaitu memudahkan orang untuk ikut serta mendukung sebuah gerakan. Hal inilah yang banyak dilakukan dalam komunitas. Keempat, sebagai alat desentralisasi isu dan aktor, yaitu sebagai alat yang membuat isu tidak sentral lagi. Orang tidak lagi bicara yang besar-besar, tetapi isu-isu yang praktis saja.¹⁹

Peran komunikasi dalam tujuan politik dipengaruhi oleh kepentingan media sebagai pembawa pesan ke dalam masyarakat. Tentu saja sebagai media politik dalam sistem dan tatanan kenegaraan yang positif dengan perilaku dan norma-norma politik yang objektif sesuai dengan tuntutan etika politik.

Media sosial dapat dimanfaatkan sebagai arena sentral untuk melakukan komunikasi politik dengan seluruh penduduk, terutama karena fenomena melemahnya pengaruh dan dukungan terhadap partai politik serta meningkatnya golongan independen dan pemilih yang mengambang (floatingvoter). Media sebagai alat komunikasi politik dapat berperan dalam menyeimbangkan informasi pesan politik, terhadap pemaknaan berbagai paradigma proses politik. Hal yang menyentuh kehidupan masyarakat untuk menolak atau mendukung kepentingan politik yang berkembang di masyarakat.

Gerakan sosial baru dengan memanfaatkan media sosial merupakan proses tarik menarik berbagai kepentingan yang ada dalam

¹⁹ Usman Hamid. Media Sosial sebagai gerakan sosial .Hal 204

masyarakat dengan berbagai cara untuk mencapai tujuan. Komunikasi politik dengan menggunakan teknik persuasif berpeluang lebih besar dalam mempengaruhi publik. Komunikasi sebagai unsur kontrol sosial atau untuk memengaruhi perilaku, keyakinan, sikap terhadap orang lain. Komunikasi terbagi dalam bentuk-bentuk yang dalam aplikasinya akan memiliki perbedaan satu sama lain seperti komunikasi retorika dan agitasi politik, propaganda politik, publicralation politik, lobi-lobi politik, periklanan politik, dan sebagainya. Bentuk-bentuk yang ada diklasifikasikan berdasarkan praktik dan melihat pula dari segi bagaimana peran komunikator ketika melaksanakan proses komunikasi politik yang ada.²⁰

Komunikasi dimulai oleh adanya tujuan sehingga dari komunikasi dapat menghasilkan bermacam-macam output. Pengaruh media pada penguasaan terhadap orientasi politik dan menemukan bahwa kita dipengaruhi oleh media dalam banyak cara selain dari pada perubahan sikap dan perilaku.

Beberapa temuannya adalah: (1) Media dengan efektif memberi tahu kepada kita mengenai masalah politik dan mempengaruhi persepsi kita terhadap pentingnya masalah politik, (2) Sejumlah muatan media politik menyebabkan peningkatan diantara audiens tentang kepercayaan politik, efektifitas, dukungan, aktivitas politik, sedangkan yang lain menyebabkan rasa tidak puas, sinisme politik dan emosi dukungan; dan (3) Dua faktor kritis menentukan pengaruh media massa pada pengaruh

²⁰ Henry Subiako , Komunikasi politik media demokrasi. Edisi 3 Gramedia Hal 15

politik dan perilaku adalah kelompok rujukan individu dan motivasi yang diperoleh melalui bahan politik.”²¹

Teori di atas menjelaskan bahwa peran media dalam penyampaian informasi pesan politik dipengaruhi tiga pandangan dasar, yaitu: (1) melalui pemanfaatan media, informasi pesan politik akan mudah memberitahukan berita politik yang berkembang dalam aktivitas politik; (2) penggunaan media dalam menayangkan pesan politik kepada opini akan efektif untuk menganalisis dalam pemberian dukungan atau menolak setiap pesan yang disampaikan; (3) media komunikasi politik dapat mempengaruhi perilaku audiens untuk bertindak terhadap keinginan politik orang yang menjadi komunikator.

McLuhan mengajukan tiga gagasan dasar mengenai pengaruh teknologi media terhadap manusia melalui teori yang dinamakan teori teknologi media yang disebut juga dengan technological determinism, sebagai berikut:

- 1) Media memengaruhi setiap perbuatan atau tindakan dalam masyarakat.
- 2) Media memperbaiki persepsi kita dan mengelola pengalaman kita.
- 3) Media mengikat dunia bersama-sama.²²

Berkembangnya dunia teknologi komunikasi dan informatika, mendukung dinamika kehidupan politik yang demokratis, tersedianya media komunikasi baru melalui internet merupakan peluang bagi kemajuan proses demokrasi di tanah air. Internet dengan media sosialnya

²¹ Tan, Alexis S. "Teori dan penelitian komunikasi massa. 1981 hal 28

²² Richard West dan Lynn H. Turner, Pengantar Teori Komunikasi, McGraw-Hill, 2007.

kini telah memberi kesempatan bagi segenap masyarakat Indonesia yang akan berpartisipasi dalam kehidupan politik yang demokratis.

Terkait kebutuhan tersebut, maka media sosial bisa menjadi ruang partisipasi politik masyarakat yang cukup potensial. Mengawali pemahaman atas komunikasi politik di media sosial, maka penting mengemukakan pengertian komunikasi dan komunikasi politik. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari pemberi pesan (komunikator) melalui media tertentu kepada penerima pesan (komunikan) komunikasi bermedia internet sebagai interaksi secara interpersonal yang dihubungkan oleh komputer, yang meliputi komunikasi asynchronous dan synchronous melalui fasilitas dalam internet.

Perubahan pola komunikasi yang terjadi setelah tumbuhnya sosial media cukup besar. Dulu, konsep dasar komunikasi pada media adalah adanya komunikator yang sering dijabarkan sebagai media massa, kelompok besar atau organisasi, sementara komunikan adalah masyarakat yang hanya menerima dan memberikan respon atau feedback tertunda. Individu saat ini dapat menjadi komunikator untuk khalayak luas. Seorang komunikan dapat berubah menjadi komunikator ketika ia dapat mengungkapkan atau mendorong bahkan mempropaganda masyarakat lainnya. Sekarang publik dapat menjadi komunikator, sedangkan dulu komunikator adalah media, institusi-institusi besar, dan organisasi-organisasi besar.

Masyarakat dulu pasif yang hanya bisa menerima informasi, dan berkomentar yang sifatnya terbatas. Penggunaan internet memudahkan

komunitas- komunitas itu terbentuk dengan masif di berbagai tempat (Luck, Beaton, & Moffatt, 2010). Sekarang, masyarakat dimanapun bisa mengakses media sosial dengan gadget lebih sering tanpa batas. Seseorang yang membuka sosial media bisa membaca pesan yang disampaikan, forward pesan, komentar, bahkan membuat status atau tweet baru, dan disebar. Ini berarti orang tersebut sudah menjadi komunikator.

2.2 Strategi Politik

Strategi adalah segala rencana dan tindakan yang dilakukan untuk memperoleh kemenangan dalam pemilu. Strategi menyangkut berbagai kegiatan diantaranya menganalisa kekuatan dan potensi suara yang akan diperoleh, juga untuk mengetahui metode pendekatan yang diperlukan terhadap pemilih. Sebagai cara untuk memenangkan pemilihan umum, dan harus membuat pemilih berpihak dan memberikan suaranya.²³

Strategi politik adalah ilmu tentang teknik, taktik, cara, kiat yang dikelola oleh politisi untuk mendapatkan dan mempertahankan sumber-sumber kekuasaan, merumuskan dan melaksanakan keputusan politik sesuai yang diinginkan.²⁴ Strategi politik digunakan untuk merealisasikan cita-cita politik. Dalam strategi politik sangat penting mengenal strategi komunikasi. Strategi komunikasi sangat penting sehingga membawa

²³ Joko J. Prihatmoko, Moesafa. Strategi dalam politik. Yogyakarta. 2008. Hal 158

²⁴ Peter Scrooder, Strategi Politik (Jakarta : FNS, 2009), hal 5-6

keuntungan yang jelas bagi seseorang atau yang selama ini diabaikan oleh lawan.

Pembentukan citra yang positif dibutuhkan dalam rangka membentuk opini publik dalam mewujudkan keharmonisan sosial yang sangat berguna untuk memperoleh penghargaan dan dukungan dalam mempertahankan dan mengembangkan eksistensi.²⁵ Terdapat beberapa hal yang perlu dicermati sebagai acuan dasar dalam merencanakan strategi politik agar berjalan dengan baik. Pertama, bahwa berbagai hal yang dikatakan orang itu adalah tidak penting dan tidak perlu di sikapi secara mendalam. Biarkan orang mengatakan apapun tentang dirinya, tetapi yang perlu diperhatikan adalah apa yang telah atau akan dilakukan, bukan apa yang mereka katakan. Kedua, pemilikan atas pemikiran yang strategis. Pemikiran tersebut bersifat tidak habis, terus berkembang sesuai dengan perkembangan masyarakat dan mampu membuat berbagai perencanaan yang bersifat dinamis.

Strategi dan komunikasi politik adalah suatu keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan saat ini, guna mencapai tujuan politik pada masa depan. strategi politik yang digunakan dengan pendekatan pemasaran politik. pemasaran politik atau marketing politik merupakan metode dan konsep aplikasi marketing dalam konteks politik, pemasaran politik dilihat sebagai seperangkat metode untuk memfasilitasi kontestan (individu atau partai politik) dalam

²⁵ Arifin, Komunikasi politik 2014. hal 20

memasarkan inisiatif politik, gagasan politik, isu politik, karakteristik pemimpin dan program kerja kepada masyarakat.²⁶

Penggunaan metode marketing atau pemasaran dalam bidang politik dikenal sebagai strategi kampanye politik untuk membentuk serangkaian makna politis terhadap pikiran para pemilih. makna inilah yang menjadi output penting sebuah pemasaran politik yang menentukan pilihan masyarakat. Strategi pemasaran politik merupakan berbagai kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh kandidat dalam memasarkan muatan- muatan politik, seperti visi dan misi, ideologi (platform), program dan identitas kontestan yang akan mengikuti pemilihan umum. Strategi pemasaran politik harus dilaksanakan dengan maksimal untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Menurut Ries dan Trout, Pemasaran politik dilaksanakan dengan langkah strategis untuk menyampaikan berbagai muatan ide dan gagasan politik agar masyarakat tidak buta informasi politik. Rakyat akan semakin matang dalam mempertimbangkan, memutuskan dan menjatuhkan pilihan mereka pada hari pemungutan suara.²⁷

Salah satu strategi pemasaran politik dilaksanakan dengan cara positioning, yaitu semua aktivitas untuk menanamkan kesan dibenak konsumen sehingga mereka bisa mengidentifikasi produk politik yang dihasilkan oleh suatu individu atau organisasi. Hal- hal seperti kredibilitas dan reputasi dapat digunakan sebagai media untuk melakukan

²⁶ Firmanzah.2007. Marketing Politik. Jakarta yayasan Obor Indonesia. Hal 51

²⁷ Firmanzah. 2007. Marketing politik. Jakarta Hal 55

positioning. Ketika konsep ini diadopsi dalam iklim persaingan, kandidat harus mampu menempatkan produk politik dan image politik harus memiliki sesuatu yang berbeda dibandingkan dengan produk politik lainnya.

Masing- masing kandidat harus berusaha menjadi dominan dan menguasai benak masyarakat. Posisi yang kuat dalam benak masyarakat membantu suatu kandidat selalu diingat dan menjadi referensi bagi masyarakat ketika mereka dihadapkan pada serangkaian pilihan politik. menjadi referensi berarti bahwa kandidat tersebut menjadi acuan dan pertama kali muncul dalam benak masyarakat ketika mereka dihadapkan pada suatu permasalahan. Pada dasarnya pendekatan pemasaran politik dikembangkan dengan sembilan model namun dalam penelitian ini hanya akan dibahas dua strategi yaitu sebagai berikut ;

2.2.1 Strategi Pemasaran Langsung (Push Marketing)

Push marketing pada dasarnya adalah usaha agar produk politik dapat menyentuh para pemilih secara langsung atau dengan cara yang lebih personal (constomized), dalam hal ini kontak langsung dan personal mempunyai beberapa kelebihan, yaitu : Pertama, mengarahkan para pemilih menuju suatu tingkat kognitif yang berbeda dibandingkan dengan bentuk kampanye lainnya.

Politisi yang berbicara langsung akan memberikan efek yang berbeda dibandingkan dengan melalui iklan. Kedua, kontak langsung memungkinkan pembicaraan dua arah, melakukan persuasi dengan pendekatan verbal dan non verbal seperti tampilan, ekspresi wajah,

bahasa tubuh dan isyarat-isyarat fisik lainnya. Ketiga, menghumaniskan kandidat dan keempat, meningkatkan antusiasme massa dan menarik perhatian media massa.

Push political marketing adalah bentuk penyampaian produk politik kepada para pemilih menggunakan saluran non-media massa.²⁸ Push marketing dapat dilakukan dengan turun ke lapangan untuk dapat langsung berinteraksi dengan konstituen, seperti dalam kegiatan keagamaan, maupun, undangan- undangan, melakukan kunjungan-kunjungan atau agenda yang tidak direncanakan .²⁹ Selain itu hasil temuan bahwa pendekatan di dalam pemasaran politik dapat dilakukan dengan menggunakan pendekatan push marketing berupa penciptaan jaringan pendukung yang terfokus dan bergerak pada wilayah tertentu yang dapat memfasilitasi interaksi bersama pemilih.³⁰

Secara umum, sentuhan langsung kepada para pemilih dapat dilakukan dengan mengadakan event-event khusus seperti rapat umum, pawai, kontes, seminar, konferensi dan sebagainya. Disamping eventevent besar, sentuhan langsung kepada para pemilih juga dapat dilakukan melalui beberapa kegiatan berskala kecil seperti pembicaraan personal, lobi politik, persentasi terbatas, pertemuan terbatas dan seminar.

²⁸ Nursal. Political Marketing :Strategi Memenangkan Pemilu.Gramedia. Jakarta 2004. Hal 242

²⁹ Pangemanan. Pemasaran Politik pada Pemilu .2013. Hal 14

³⁰ Nursal, 2004. Political Marketing :Strategi Memenangkan Pemilu.Gramedia. Jakarta hal 242

2.2.2 Strategi Pemasaran Melalui Media (Pull Marketing)

Pull political marketing adalah strategi penyampaian pesan yang dilakukan dengan menggunakan media massa baik elektronik maupun media cetak, luar ruang, penggunaan internet dan lain-lain. Pendekatan pull marketing terdiri dari dua cara penggunaan media, yaitu dengan membayar (paid media) dan tanpa membayar (free media).³¹

Dalam penyampaian produk politik melalui media tanpa pembayaran berkaitan dengan kebutuhan media massa dengan berita. Keuntungan pemberitaan ini adalah tingginya kredibilitas informasi, sedangkan kelemahannya, kontestan politik tidak dapat mengendalikan isi berita yang akan dimuat dan dapat memastikan pemuatannya.

Beberapa negara termasuk Indonesia media luar ruangan tidak dipungut biaya sehingga kontestan politik dengan ketentuan waktu dan tempat yang diatur oleh peraturan kampanye bebas dalam memasang poster, leaflet, bendera, spanduk, billboard dan bahkan membuat posko. Sedangkan paid media lazim digunakan untuk memasang iklan seperti televisi, radio, media cetak, website dan media luar ruangan.³²

Teknologi komunikasi yang selalu berkembang menyebabkan pengaruh pada bidang politik melalui kegiatan kampanye yang kini dikembangkan melalui media baru dan dapat terlihat adanya technological determinism yang ada di tengah masyarakat sebab banyaknya

³¹ Nursal. 2004. Political Marketing :Strategi Memenangkan Pemilu.Gramedia. Jakarta hal 242

³² Nursal. 2004 Political Marketing :Strategi Memenangkan Pemilu.Gramedia. hal 244-254

orang yang begitu ketergantungan dengan fungsi teknologi sehingga kehidupan sangat dikuasai oleh teknologi.

Media baru khususnya Sosial media seperti Facebook, MySpace dan lain sebagainya memiliki masing-masing yang berbeda satu dengan yang lainnya. Dengan begitu banyaknya jenis dan pengguna di setiap sosial media yang kini berkembang membuat banyak pula yang dampak dan dengan secara sengaja memanfaatkan sosial media untuk dapat mencapai tujuan yang hendak dicapai hampir dalam segala aspek kehidupan.³³ Salah satu bidang yang cukup banyak sangat bergantung dengan teknologi komunikasi adalah bidang politik. Karena pada bidang politik ini komunikasi politik menjadi hal yang sangat penting.

Salah satu bentuk kegiatan politik yang diketahui banyak masyarakat luas adalah kampanye politik. Dalam hal ini kampanye sendiri sudah terbagi dalam beberapa kategori seperti kampanye legislatif, kampanye capres dan juga kampanye dalam pemilu kepala daerah dan lain sebagainya. Yang juga sangat menarik untuk diamati adalah pergeseran bentuk kampanye politik yang dilakukan oleh para calon dalam kampanye. Sebelum berkembangnya teknologi komunikasi masih sangat banyak dijumpai bagaimana cara kampanye dengan memasang umbul-umbul besar, spanduk-spanduk diseluruh badan jalan, berbagai

³³ Michael M Mirabito, Morgenstern, Barbara L, *The New Communications Technologies: Applications, Policy, and Impact*, (USA: Focal Press, 2004), h. 23

poster juga baliho memenuhi seluruh sudut kota yang sebenarnya cukup begitu banyak memiliki dampak baik positif dan negative di dalamnya.³⁴

Perkembangan teknologi komunikasi yang begitu pesat, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya tentang munculnya media-media baru menjadikan terjadinya pergeseran dalam kampanye tersebut. Banyak yang menggunakan media baru dalam kampanye untuk menarik massa sebanyak-banyaknya dan untuk memilih. Beberapa peserta telah mulai melakukan cara untuk menarik perhatian massa untuk memilih mereka. Berbagai cara mulai dari cara-cara lama seperti penggunaan baliho, menyebarkan berbagai poster juga umbul-umbul, muncul diberbagai acara dengan berbagai pencitraan.

Beberapa tim sukses peserta memanfaatkan sosial media sebagai sarana untuk menarik perhatian massa. Hampir semua sosial media yang ada juga dimanfaatkan salah satunya adalah forum jejaring sosial dan media online. Sosial media telah sangat banyak mempengaruhi kehidupan manusia, termasuk di bidang politik yang juga terpengaruh dengan keberadaan sosial media. Dalam bidang politik sendiri yang di dalamnya juga terdapat komunikasi politik yang membuat masyarakat untuk dapat terpengaruh memilih calon untuk mendapatkan sebuah kekuasaan.

Media adalah teknologi dan teknologi adalah perpanjangan dari tangan manusia. Banyak manfaat yang diberikan oleh penggunaan teknologi, namun sering kali kita terjebak bahwa teknologi hanya sebuah

³⁴ Nursal. 2004 Political Marketing :Strategi Memenangkan Pemilu. Gramedia. hal 254

alat elektronik yang sangat canggih. Semua media untuk sarana menyampaikan pesan dari sender kepada receiver merupakan teknologi yang menjadi perpanjangan tangan manusia. Tak hanya itu saja, teori difusi inovasi juga menjadi salah satu landasan teori.³⁵

Konsep ini pun dapat menjadi pisau analisis dalam pembahasan mengenai penggunaan media online dalam kampanye. Selain teori-teori masih ada juga berbagai deskripsi dari sosial networking sites dan juga twitter sendiri menurut Grant. Tak hanya itu, social networking dan pemilihan umum ini juga menunjukkan sebuah tanda-tanda dari technology determinism yang merupakan gejala atau pun tanda dimana masyarakat telah dipengaruhi oleh teknologi dalam berbagai aspek kehidupan salah satunya adalah di bidang politik.

Teknologi telah mengalami sebuah perubahan dan inovasi untuk menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat yang ada. Inovasi ini berasal dari berbagai faktor dan pihak yang nantinya teknologi ini juga bisa menjadi perpanjangan tangan manusia dan membantu memenuhi dan menyelesaikan masalah manusia.³⁶

Maka media sebagai salah satu aspek dalam komunikasi menjadi penting dalam perwujudan nilai demokrasi di Indonesia. Setidaknya ada tiga peran media dalam mewujudkan demokrasi di suatu negara yaitu sebagai fungsi pengawasan, sebagai saluran komunikasi, dan media sebagai suara rakyat. Dengan demikian media ini adalah

³⁵ Marshall McLuhan. *Understanding Media*. 1964

³⁶ Williams dan Sawyer, *Menggunakan Teknologi Informasi: Pengantar Praktis untuk Komputer dan Komunikasi*, (London: Career Education, 2003), hal 10

saluran dialogis bagi audien dan komunikatornya dalam hal ini adalah pemerintah, partai politik, pemilih dan lembaga-lembaga lainnya.³⁷

Salah satu produk dari media baru yang banyak berkembang sekarang ini adalah media sosial. Media sosial sebagai salah satu media baru benar-benar dimanfaatkan semaksimal mungkin oleh masyarakat. Definisi dari sosial media adalah situs jejaring sosial sebagai layanan berbasis web yang memungkinkan individu untuk membangun profil publik atau semi-publik dalam sistem yang dibatasi, mengartikulasikan daftar pengguna lain dengan siapa mereka berbagi koneksi, melihat dan melintasi daftar koneksi mereka dan yang dibuat oleh orang lain dalam sistem. Sifat dan nomenklatur koneksi ini dapat berbeda dari satu situs ke situs lainnya.³⁸

2.3. Penelitian yang relevan

Penelitian sebelumnya yang relevan adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan ide baru untuk penelitian selanjutnya. Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang akan dilakukan dan membuat menjadi ringkasan, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum dipublikasi (Skripsi, tesis dan jurnal). Berikut karya ilmiah yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian penulis antara lain :

³⁷ Curran, James. Mass Media and Democracy. Newyork. 2000

³⁸ D. M Boyd, 7 Ellison N. B, Situs Jaringan Sosial: Definisi, Sejarah, dan Beasiswa, (Jurnal Komunikasi Mediasi Komputer: Sosial Media, 2007), h.2

1. Arum Nur Hasanah, Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta. Transformasi Gerakan Sosial Di Ruang Digital, Gerakan sosial Kajian Ruang Digital.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa telah terjadi transformasi gerakan sosial yang ditemui dilapangan. Transformasi gerakan sosial ini bisa dilihat pada isu atau suatu gerakan sosial yang dahulunya dilakukan pada ruang publik kini dilakukan diruang digital dimana media sosial sebagai sarana dalam sebuah gerakan sosial mahasiswa. Adapun peran media sosial dalam gerakan sosial mahasiswa antara lain, menganalisa pergerakan public secara online dan mengerucutkan sebuah isu yang ada dimedia sosial, media sosial berperan untuk mempengaruhi dan menggerakkan massa, media sosial berperan untuk berkoordinasi dan berkomunikasi dengan gerakan sosial yang ada, media sosial berperan mengkomunikasikan visi, misi, program suatu aksi dan media sosial bisa berperan menjadi sebuah media perlawanan dalam suatu gerakan sosial mahasiswa.

Penelitian ini menganalisis peran media sosial dalam sebuah gerakan yang mengalami perubahan dari ruang publik keruang digital. Perkembangan ruang virtual yang mengakibatkan lahirnya isu- isu sehingga mempengaruhi sebuah gerakan sosial. Sedangkan penelitian yang penulis lakukan lebih fokus terhadap pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran dan menganalisis sebuah gerakan sosial baru. Relevansi penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sama- sama menganalisis mengenai pemanfaatan media sosial sebagai

media yang dapat menggerakkan sebuah gerakan sosial dan menggunakan teori gerakan sosial dalam menganalisa gerakannya.

2. Franky Robert Donovan Rengkung, S.Ip , Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu politik Universitas Gajah Madha, Strategi Politik dalam pemenangan Pilkada Analisis Kemenangan Telly Tjanggalung Pada Pilkada di Minahasa Tenggara tahun 2008.

Pada Pilkada di Minahasa Tenggara kemenangan dari Telly Tjanggalung cukup menggambarkan bagaimana pentingnya sebuah perencanaan strategi politik untuk memaksimalkan dukungan politik dari masyarakat pemilih. Kemenangan Telly berkat tim sukses, pemanfaatan modal serta implementasi strategi yang maksimal merupakan indikator yang paling signifikan.

Harus diakui bahwa terkadang strategi yang sudah direncanakan dengan baik tetap harus mengalami perubahan saat memasuki tahap implementasi. Hal itu disebabkan karena dinamisnya lingkungan yang menjadi arena dari sebuah kontestasi politik. dsitulah peran stratei alternatif diperlukan. Terkadang tim dan kandidat harus terpaksa menjadi pragmatis demi sebuah kemenangan politik. pragmatisme semakin menjadi penentu dari keberhasilan startegi.

Keberhasilan dari sebuah strategi politik tidak terlepas dari bagaimana strategi politik itu dimainkan oleh masing- masing pihak yang terlibat. Strategi politik yang baik haruslah dibuat dan disusun berdasarkan konsep yang modern dan mengikuti berbagai perkembangan yang terjadi. Untuk itu kandidat atau tim sukses dan partai politik harus memiliki

kapabilitas agar tujuan mendapatkan dukungan politik dari masyarakat dapat efektif dan efisien.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemenangan pasangan ini merupakan keberhasilan dengan strategi jaringan organisasi dan partai menggunakan promosi. Penelitian ini berhasil menang melalui strategi promosi yang dilakukan melalui jaringan partai kandidat dalam artian kandidat tersebut yang melakukan promosi langsung. Kedua penelitian ini menggunakan teori strategi politik dalam menganalisis keberhasilan kemenangan dan sama-sama menggunakan metode pemasaran atau promosi. Yang membedakan penelitian penulis yaitu yang melakukan pemasaran politik dalam proses kampanye adalah gerakan anak muda bukan tim sukses atau jaringan partai karena terbentuk oleh inisiatif anak muda itu sendiri.

3. Dio Baleri, Fakultas Ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Lampung Bandar Lampung 2017 Strategi Pemenangan Herman HN- Yusuf Kohar dalam pemilihan Walikota-Wakil Walikota Bandar Lampung Periode 2016-2021.

Pemilihan kepala daerah merupakan media masyarakat untuk menyalurkan hak pilihnya untuk memilih calon kepala daerah. Pilkada Bandar Lampung ini diikuti oleh tiga pasangan calon. Hal yang menarik pada penelitian ini adalah pencalonan kembali walikota pertahanan yang pada pemilu lalu menang dengan suara terbanyak, tentunya tidak terlepas dari strategi yang baik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa profil calon dipromosikan melalui Jaringan yang dibangun oleh tim yaitu jaringan organisasi dan jaringan partai. Media yang digunakan untuk promosi adalah media cetak, elektronik dan media sosial. Jaringan yang dibangun oleh tim yaitu jaringan organisasi dan jaringan partai. Tokoh yang digunakan yaitu tokoh masyarakat, tokoh agama dan adat. Uang dalam kegiatan kampanye dikelola oleh tim sehingga teratur dan tim mampu mencegah politik uang. Sedangkan Penelitian yang penulis lakukan menggambarkan bagaimana sebuah gerakan sosial inisiatif anak muda menarik dukungan masyarakat dengan tokoh yang menginspirasi kaum muda yaitu influencer untuk mengaktualisasikan dukungannya terhadap figur yang didukung tanpa dana kampanye. Dan penelitian penulis menunjukkan bahwa dalam berkampanye sama sekali mandiri dalam memodali setiap kegiatan yang dilakukan.

4. Muhammad Ichsan Saputra . Marketing Politik Pasangan Kepala Daerah dalam Pemilukada Kota Malang (Studi Kasus Tim Sukses Pemenangan Pasangan Abah Anton dan Sutiaji dalam Pemilukada Kota Malang 2013.

Marketing dalam dunia politik banyak digunakan pada pemilihan kepala daerah. Peran dari marketing politik membuat para kandidat diseluruh pemilihan kepala daerah berlomba- lomba dalam mngkreasikan ilmu marketing politik sebagai kunci sukses dalam pemenangannya. Tidak terkecuali di pemilihan Kepala Daerah Kota Malang 2013 ini, dimana pasangan Abah Anton-Sutiaji (AJI) berhasil menang. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Hasil dalam penelitian ini menemukan bahwa, strategi pemenangan yang dilakukan terletak pada pembentukan figur serta program kampanye melalui bauran pemasaran politik dan penggunaan metode segmentasi pemilih dalam memenangkan Pemilihan Umum Kepala Daerah. Penelitian ini juga menggunakan metode deskriptif kualitatif dan strategi pemasaran politik yang sama dengan teori yang penulis gunakan dalam penelitian yang telah dilakukan tetapi pada hasilnya penelitian ini menunjukkan kemenangan terletak pada pembentukan figur melalui pemasaran politik yang dilakukan oleh tim sukses dari kandidat dengan metode kampanye konvensional.

Sedangkan penelitian penulis menganalisis pemasaran politik yang dilakukan gerakan anak muda yang bukan merupakan tim pemenangan yang menggunakan dua metode dalam proses pemasaran secara bersamaan yaitu dengan pemasaran secara konvensional dan pemasaran melalui media.

5. Yusa Djuyandi, Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Padjajaran. Komunikasi Politik Tim Pemenangan Hendra Hemeto dalam pemilihan ketua DPD II Partai Golkar Kabupaten Gorontalo Periode 2016-2021.

Musyawarah daerah (MUSDA) Partai Golkar Kabupaten Gorontalo yang dilaksanakan pada 28 Agustus 2016 untuk memilih ketua dan pengurus baru berbeda dengan MUSDA sebelumnya. Salah satunya kandidat yang tidak diunggulkan, Hendra Hemeto, terpilih menjadi Ketua DPD II Partai Golkar Kabupaten Gorontalo Periode 2016-2021. Terpilihnya

Hendra Hemeto mampu mengalahkan Warsito Somawiyono sebagai kandidat terkuat, karena sebelumnya didukung oleh oleh pimpinan kecamatan (PK) sebagai pemilik suara, menjadi menarik terutama berkaitan dengan bagaimana pola komunikasi politik diri dan dan tim kampanyenya dalam MUSDA Partai Golkar.

Hasilnya menyatakan bahwa keberhasilan tersebut karena pengelolaan komunikasi politik yang baik oleh tim kampanye. Penelitian ini hampir sama dalam strategi yang dilakukan oleh gerakan milenial yang memanfaatkan media sosial dengan menggunakan komunikasi yang baik melalui konten yang digunakan sebagai kampanye politik untuk memenangkan kandidat dalam Pemilu Presiden tahun 2019. Hasil penelitian dapat dikatakan bahwa keberhasilan Hendra Hemeto tidak lepas dari pengelolaan komunikasi politik yang baik terutama oleh tim kampanye dirinya.

Perbedaan penelitian sebelumnya menggunakan teori yang teori komunikasi politik untuk menganalisis upaya tim sukses sehingga dapat memenangkan kandidat dan sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan teori gerakan sosial baru baru untuk menganalisis gerakan anak muda yang melakukan kampanye politik dengan strategi pemasaran politik dan hasil penelitian ini berhasil menganalisa strategi gerakan anak muda memanfaatkan media sosial sebagai media berkomunikasi dengan masyarakat dalam mengkampanyekan kandidat yang mereka dukung.

2.4 Kerangka Pemikiran

GMI Sulsel pada dasarnya terbentuk karena keinginan untuk mewujudkan perubahan yang lebih baik dalam pemerintahan. Gerakan ini sebagai pelopor kaum muda untuk memberikan pemahaman tentang pentingnya politik dan berpartisipasi untuk menentukan pemerintahan kedepannya. Untuk itu GMI Sulsel memosisikan gerakan sebagai gerakan sukarela yang aktif mengkampanyekan pasangan Prabowo-Sandi menjelang pemilu tahun 2019. Gerakan ini sangat aktif melakukan kegiatan- kegiatan kreatif untuk menggalang suara tanpa ada bantuan dana dari pusat melainkan dana pribadi di Kota Makassar.

GMI Sulsel bersifat transparan menyatakan dukungannya terhadap Prabowo-Sandi, begitu juga dengan masyarakat Kota Makassar yang tranpasaran dalam menyatakan dukungannya. Ini menjadi hal yang menarik sebab gerakan ini tidak hanya ada di provinsi Sulawesi selatan tetapi gerakan ini berhasil menjadi sorotan gerakan milenial diseluruh provinsi karena polarisasi bentuk kegiatan maupun konten yang didistribusikan melalui media sosial.

Metode kampanye dengan pemasaran politik melalui kegiatan kreatif dan menggunakan media sosial secara bersamaan dilakukan dan mampu menggalang suara serta dukungan masyarakat. Pemasaran politik yang dilakukan dalam kampanye efektif karena dilakukan secara bersamaan. Dan hasilnya Prabowo-Sandi tidak hanya menang di Kota Makassar tetapi di Sulawesi Selatan dengan perolehan suara 2.809.393

suara sedangkan Jokowi-Ma'ruf 2.117.591 suara. Di kota Makassar Prabowo-Sandi menang dengan perolehan suara 416.990 sedangkan Jokowi-Ma'ruf 304.115.

1.3 Skema Pemikiran

