



Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

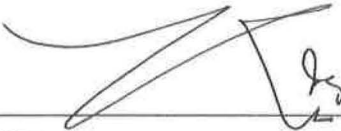


**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Pitrixie Raissa  
Nomor Pokok : 2014330150  
Judul : Peran *Facebook* dan *Twitter* dalam Kemenangan Trump pada  
Pemilihan Umum Presiden Amerika Serikat 2016

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Rabu, 10 Januari 2018  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**  
**Ketua sidang merangkap anggota**  
Dr. Paulus Yohanes Nur Indro

: 

**Sekretaris**  
Dr. Atom Ginting Munthe

: 

**Anggota**  
Giandi Kartasmita, S.IP., M.A.

: 

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## Surat Pernyataan



Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Pitrixie Raissa

NPM : 2014330150

Jurusan Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional

Judul : Peran *Facebook* dan *Twitter* dalam Kemenangan Trump pada  
Pemilihan Presiden Amerika Serikat 2016

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukan merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip dan ditulis dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 12 Desember 2017



Pitrixie Raissa



## Abstrak

Nama : Pitrixie Raissa  
NPM : 2014330150  
Judul : Peran *Facebook* dan *Twitter* dalam Kemenangan Trump pada Pemilihan Umum Presiden Amerika Serikat 2016

---

Media sosial merupakan fenomena global yang penggunaannya menyebar secara cepat dan terus menunjukkan peningkatan. Media sosial telah melekat dan menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Berkembang dari pesatnya kemajuan teknologi, media sosial hadir dengan berbagai keunggulan, yaitu kecepatan, kemudahan, dan jangkauan yang luas. Dengan berbagai fasilitas yang dimiliki, media sosial tidak hanya berkembang di bidang komunikasi, namun juga merambah ke bidang lain seperti ekonomi, budaya, dan politik.

Dalam dunia politik, media sosial dilihat sebagai sebuah peluang dalam mencapai keberhasilan, khususnya pada masa kampanye pemilihan umum. Media sosial yang populer seperti Facebook dan Twitter dilihat sebagai jembatan bagi para kandidat untuk dapat merangkul sebanyak mungkin masyarakat pendukung. Dalam pemilihan umum presiden Amerika Serikat 2016, salah satu kandidat yaitu Donald Trump melihat kedua media sosial tersebut sebagai alat yang dapat mendongkrak popularitasnya dan membawanya menuju kemenangan. Proses menuju kemenangannya dapat dilihat melalui analisis yang akan menjawab pertanyaan penelitian yaitu bagaimana peran Facebook dan Twitter dalam kemenangan Trump pada Pemilihan Umum Presiden Amerika Serikat 2016?

Untuk menjawab pertanyaan penelitian, akan digunakan Teori New Media yang menjelaskan mengenai bagaimana media pada zaman modern tidak lagi menggunakan metode yang satu arah, melainkan menggunakan komunikasi dua arah sehingga media dan konsumen media dapat saling berinteraksi dan memberikan feedback satu sama lain. Di dalam teori New Media akan dijelaskan lebih lanjut mengenai peran media sosial dalam kampanye politik pada masa pemilihan umum.

Selain menggunakan teori, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif untuk menjawab pertanyaan penelitian dan menganalisa peran media sosial dalam kemenangan Donald Trump pada pemilihan umum Amerika Serikat 2016. Sebagai kesimpulan, hasil dari analisa kasus menemukan bahwa media sosial memiliki peran yang besar dalam membantu Trump memenangkan pemilihan umum presiden Amerika Serikat 2016. Selain itu, Trump juga tidak hanya mampu melihat kekuatan media sosial, tetapi juga dapat memanfaatkan peluang dengan mengangkat isu yang selama ini dikesampingkan dan menyentuh masyarakat yang selama ini terabaikan. Sehingga tanpa disangka, dukungan dari kaum ini turut membawanya menuju kemenangan di pemilihan umum presiden Amerika Serikat 2016.

Kata kunci : Media sosial, Peran, Donald Trump, Pemilihan Umum, Kampanye Politik



## Abstract

Name : Pitrixie Raissa  
NPM : 2014330150  
Title : The Role of *Facebook* and *Twitter* in Trump's Victory on United States Presidential Election 2016

---

*Social media is a global phenomenon which the users spread rapidly and continue to show improvement. Social media has become a part of everyday life in the society. Growing from the rapid advancement of technology, social media comes with various advantages, such as speed, ease, and wide reach. With various facilities mentioned, social media is not only developed in the field of communication, but also develop into other fields such as economy, culture, and politics.*

*In politics, social media is seen as an opportunity to achieve success, especially during the election campaign. Popular social media like Facebook and Twitter are seen as a bridge for candidates to be able to reach as many supporters as possible. In the 2016 presidential election, one of the candidate, Donald Trump, sees both social media as a tool that can boost his popularity and lead him to achieve victory. The process to victory can be seen through the analysis that will answer the research question of how the role of Facebook and Twitter in the victory of Trump in the 2016 Presidential Election of the United States?*

*To answer the research question, New Media Theory will explain how media in the modern era no longer use one-way method, but using two-way communication so that media and consumer of media can interact and give feedback to each other. In New Media theory will be explained more about the role of social media in political campaigns during the election. In addition, this study uses qualitative research methods to answer research questions and analyze the role of social media in Donald Trump's victory in the 2016 general election of the United States.*

*In conclusion, the results of analysis found that social media has a big role in helping Trump win the United States presidential election in 2016. In addition, Trump is not only able to see the power of social media, but can also take advantage of opportunities by raising issues that have been set aside and touch the people who have been neglected. So unexpectedly, the support of these people helped bring him to victory in the 2016 presidential election of the United States.*

*Keywords : Social Media, Role, Donald Trump, Election, Political Campaign*

## KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmatNya skripsi ini dapat terselesaikan. Penulisan skripsi ini ditujukan untuk menyelesaikan tugas akhir sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana program studi Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan. Skripsi ini mengangkat judul “Peran *Facebook* dan *Twitter* dalam Kemenangan Trump pada Pemilihan Umum Presiden Amerika Serikat 2016”.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan serta dukungan berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Yang terhormat, Ibu Sylvia Yazid, Ph. D. selaku ketua jurusan program studi Ilmu Hubungan Internasional yang telah mengesahkan skripsi ini.
2. Yang terhormat, Bapak Dr. Atom Ginting Munthe selaku dosen pembimbing yang telah membantu proses penyusunan skripsi dengan berbagai masukan serta dukungan.
3. Yang terhormat, Ibu Suke Djelantik selaku dosen seminar yang telah membantu penyusunan awal skripsi ini.
4. Ayah dan Ibu, Papi Tonny dan Mami Rita atas doa dan dukungan yang selalu menyertai.
5. Saudaraku, Maulydia Yusliwan dan seniorku, Dyaning Pangestika atas bantuan dan masukannya dalam judul skripsi ini.
6. Sahabat-sahabatku sejak SMA Fani, Diana, Angela, Antonia, serta sahabat seperjuangan di kuliah Pita, Silvia, dan Andrea yang selalu mendukung dan menyemangati penulis.
7. Hari Nizar Nasional sebagai supporter dan penghibur baik selama proses penyusunan skripsi

Sekali lagi penulis ucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini baik yang telah disebutkan maupun tidak dapat disebutkan. Segala kritik dan saran diterima penulis dengan tangan terbuka dalam membangun skripsi ini agar lebih baik lagi. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak dan penelitian yang akan datang.



## DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan Skripsi.....	i
Lembar Pernyataan.....	ii
Abstrak.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi.....	v
Daftar Gambar.....	vi

### BAB I : PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.2.1 Pembatasan Masalah.....	11
1.2.2 Perumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	12
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	13
1.4 Kajian Pustaka.....	13
1.5 Kerangka Pemikiran.....	15
1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	
1.6.1 Metode Penelitian.....	23
1.6.2 Teknik Pengumpulan Data.....	24
1.7 Sistematika Pembahasan.....	24

### BAB II : PERKEMBANGAN MEDIA SOSIAL DI AMERIKA SERIKAT

2.1 Sejarah dan Peran Media Massa sebagai <i>Old Media</i>	
2.1.1 Sejarah Media Cetak.....	26
2.1.2 Sejarah Media Non-Cetak.....	28
2.1.3 Peran Media Massa.....	29
2.2 Sejarah dan Peran Media Sosial, <i>Facebook</i> , dan <i>Twitter</i> sebagai <i>New Media</i>	
2.2.1 Sejarah Internet.....	31
2.2.2 Sejarah Media Sosial.....	34
2.2.3 Sejarah <i>Facebook</i> .....	35



2.2.4 Sejarah <i>Twitter</i> .....	36
2.2.5 Peran Media Sosial.....	37
2.3 Perkembangan Media Sosial di Amerika Serikat.....	39
2.4 Perkembangan dan Peran Media Sosial dalam Pemilihan Umum di Amerika Serikat	
2.4.1 Definisi <i>Hypermedia Campaign</i> .....	44
2.4.2 Perkembangan <i>Hypermedia Campaign</i> di Amerika Serikat.....	45
2.4.3 Media Sosial dalam Pemilihan Umum Amerika Serikat 2016.....	49
2.4.4 Peran Media Sosial dalam Pemilihan Umum Amerika Serikat.....	51
<b>BAB III : ANALISIS PERAN FACEBOOK DAN TWITTER DALAM PEMILIHAN UMUM PRESIDEN AMERIKA SERIKAT 2016</b>	
3.1 Analisis Teori <i>New Media</i> dalam Kampanye Politik Donald Trump pada Pemilihan Umum Presiden Amerika Serikat 2016.....	54
3.2 Analisis Model <i>Integrated Participatory Political Marketing (IPPM)</i> dalam Kampanye Donald Trump pada Pemilihan Umum Presiden Amerika Serikat 2016.....	55
3.3 Analisis Peran Media Sosial Facebook dan Kelompok Umur Pengguna Facebook dalam : Kemenangan Trump pada Pemilihan Umum Presiden Amerika Serikat 2016.....	59
3.4 Analisis Peran Media Sosial Twitter dan Kalangan Umur Pengguna Twitter dalam : Kemenangan Trump pada Pemilihan Umum Presiden Amerika Serikat 2016.....	71
<b>BAB IV : KESIMPULAN.....</b>	<b>81</b>
Daftar Pustaka.....	vii

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Halaman <i>Facebook</i> Donald Trump.....	61
Gambar 1.2	Halaman <i>website merchandise</i> Donald Trump.....	69
Gambar 1.3	Halaman <i>website</i> donasi Donald Trump.....	70
Gambar 1.4	Halaman <i>Twitter</i> Donald Trump.....	72



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman yang dialami manusia tidak dapat dilepaskan dari perkembangan teknologi yang tidak ada habisnya. Dan tanpa disadari perkembangan ini turut hadir dan masuk ke dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu bagian dari perkembangan teknologi yang membawa peran signifikan bagi kehidupan manusia adalah internet. Perkembangan ini muncul akibat menyebarnya globalisasi ke seluruh penjuru dunia dan teknologi ini telah membawa semua umat manusia untuk saling terhubung satu sama lain, meleburkan batas-batas jarak maupun waktu, dan membawa arus informasi bergerak dengan sangat cepat, luas, dan mudah untuk diakses oleh siapa saja.

Salah satu dari perkembangan dari teknologi informasi ini dikenal dengan sebutan *hypermedia*, yang secara harafiah berasal dari kata *hyper* dalam bahasa Yunani yang berarti lebih, di atas, atau luar biasa.<sup>1</sup> *Hypermedia* yang dikenal juga dengan sebutan *hypertext* merupakan sebuah media informasi non-linear yang tidak hanya menyajikan data berbasis teks tetapi juga disertai dengan foto, video, dan audio

---

<sup>1</sup> *Oxford English Dictionary*, "Definition of hypermedia", diakses pada 3 November 2017 melalui <https://en.oxforddictionaries.com/definition/hypermedia>

(multimedia) serta *hyperlink*.<sup>2</sup> Berbeda dengan media konvensional yang hanya menyajikan interpretasi dari penulis, *hypermedia* menyediakan kendali bagi konsumen media untuk menentukan preferensinya terhadap informasi dan sistem akan merekam aktivitas tersebut. *Hypermedia* merupakan sistem yang memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi di dunia internet karena dengan *hypermedia* masyarakat dapat terhubung dengan satu informasi ke informasi lainnya. Kelebihan ini pun dianggap sebagai peluang besar oleh kandidat politik yang berkampanye dalam pemilihan umum.

Salah satu bagian dari perkembangan teknologi informasi yang juga sedang marak digunakan adalah media sosial yang merupakan perkembangan dari media massa yang dulu dikenal melalui beberapa medium, seperti koran, radio, televisi dan menggunakan bentuk komunikasi satu arah, yakni masyarakat yang hanya mengonsumsi apa yang ditawarkan oleh media pada saat itu. Bentuk media ini dikenal dengan istilah media tradisional atau *old media*. Media sosial sebagai bagian dari *new media* menawarkan bentuk komunikasi dua arah sehingga kini masyarakat dapat secara langsung menyampaikan persepsi atau opininya terhadap suatu berita sebagai *feedback* dan membangun interaksi.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Ted Nelson dalam Kara Schoonmaker, "Hypermedia", *The Chicago School of Media Theory*, diakses pada 3 November 2017 melalui <https://lucian.uchicago.edu/blogs/mediatheory/keywords/hypermedia/>

<sup>3</sup> Jay David Bolter, "Theory and Practice in New Media Studies", diakses pada 1 Februari 2017 melalui [https://mitpress.mit.edu/sites/default/files/titles/content/9780262621922\\_sch\\_0001.pdf](https://mitpress.mit.edu/sites/default/files/titles/content/9780262621922_sch_0001.pdf)

Media sosial dapat dipahami sebagai suatu sarana masyarakat untuk saling berinteraksi melalui ruang diskusi terbuka yang terhubung dengan internet.<sup>4</sup> Dalam media sosial, setiap individu menghadirkan dirinya tidak dalam bentuk fisik secara langsung namun melalui perantara media tulisan, gambar, atau video. Media sosial menjadi jembatan untuk bertukar pikiran, informasi, persepsi, dan membuka banyak peluang baru. Berbagai manfaat yang ditawarkan media sosial ini menyebabkan perkembangannya terus diimbangi dengan inovasi-inovasi yang semakin memudahkan interaksi antar individu, kelompok, dan masyarakat.

Media sosial kini tidak hanya berperan sebagai penghubung antar individu melainkan juga menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat. Semua lapisan masyarakat telah mengenal media sosial tanpa adanya batasan umur, pekerjaan, bahkan status sosial, karena media sosial memberi kemudahan bagi penggunanya untuk dapat diakses secara cepat, praktis, dan menawarkan berbagai fasilitas yang terus diperbaharui. Melalui media sosial, masyarakat dapat membagi pesan, foto, video, dan tentunya bertukar informasi dan mendapatkan informasi timbal balik secara instan. Kebebasan yang ditawarkan dalam media sosial membuat semua masyarakat turut andil secara aktif dalam menyampaikan aspirasinya dan berpartisipasi secara aktif untuk saling bertukar pikiran. Sejauh mana media sosial telah menjadi bagian yang penting dalam kehidupan masyarakat dapat dilihat melalui fakta bahwa rata-rata pengguna media sosial menghabiskan 2 jam dalam satu hari

---

<sup>4</sup> C.T. Carr dan R. A. Hayes, 2015, "Social media: Defining, developing, and divining", *Atlantic Journal of Communication*, hal. 6. diakses pada 1 Februari 2017 melalui [http://my.ilstu.edu/~ctcarr/research/CarrHayes\\_2015.pdf](http://my.ilstu.edu/~ctcarr/research/CarrHayes_2015.pdf)

untuk membuka media sosialnya atau secara detail para pengguna media sosial ini menghabiskan waktu 40 menit di *Youtube*, 35 menit di *Facebook*, 25 menit di *Snapchat*, 15 menit di *Instagram*, dan 1 menit di *Twitter*. Dan apabila dikalkulasikan, rata-rata pengguna media sosial akan menghabiskan 5 tahun 4 bulan untuk membuka media sosial sepanjang hidupnya.<sup>5</sup> Sehingga tidak mengherankan bahwa saat ini, media sosial juga memegang peranan penting dalam mengetahui situasi masyarakat terkait dengan suatu isu. Dengan adanya media sosial, semua lapisan masyarakat kini dapat terlibat untuk saling berinteraksi dalam satu komunitas global.

Sejauh mana perkembangan dari media sosial dalam kehidupan masyarakat dunia dapat dilihat melalui data statistik antara lain dari 7,3 milyar populasi dunia, 3,4 milyar adalah pengguna internet, dan 2,3 milyar adalah pengguna media sosial aktif. Angka ini akan terus meningkat setiap tahunnya hingga 10% untuk internet dan media sosial secara global.<sup>6</sup> Sedangkan perhitungan khusus di Asia Pasifik, angka pengguna internet akan meningkat 12% dan media sosial sebesar 14% setiap tahunnya.<sup>7</sup> Dalam pasar global, Amerika menjadi pelopor dalam media sosial *Facebook* yang memiliki lebih dari 1 juta anggota dari 185 juta pengguna media sosial di Amerika.<sup>8</sup>

---

<sup>5</sup> Emily Adler, "Social Media Engagement : The Surprising Facts About How Much Time People Spend On The Major Social Networks", *Business Insider*, diakses pada 2 Februari 2016 melalui [www.businessinsider.co.id/social-media-engagement-statistics-2013-12](http://www.businessinsider.co.id/social-media-engagement-statistics-2013-12)

<sup>6</sup> Dave Chaffey, "Global social media research summary 2016", *Smart Insight*, diakses 31 Januari 2017 melalui [www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/](http://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/)

<sup>7</sup> Ibid.

<sup>8</sup> Statista, "Percentage of U.S. population with a social network profile from 2008 to 2016, diakses 31 Januari 2017 melalui [www.statista.com/statistics/273476/percentage-of-us-population-with-a-social-network-profile](http://www.statista.com/statistics/273476/percentage-of-us-population-with-a-social-network-profile)

Dari data statistik di atas dapat dilihat bahwa perkembangan media sosial sangatlah pesat dan penggunaannya akan terus berkembang di masa yang akan datang. Dan dapat dilihat bahwa media sosial memegang peranan yang signifikan dalam kehidupan masyarakat dan membawa pengaruh yang akan terus menyebar dari waktu ke waktu. Masyarakat juga dapat melihat bahwa berbagai fenomena yang sedang hangat dibicarakan saat ini berasal dari kejadian-kejadian yang terangkat dan populer di kalangan masyarakat karena fenomena tersebut seketika menjadi *viral* di media sosial. Dengan semakin berkembangnya media sosial, isu yang dibawa melalui media ini juga tidak mengenal batas-batas negara dan tidak mengenal waktu. Masyarakat dapat dengan mudah mengakses kejadian yang baru saja terjadi di belahan dunia lain dan hanya dibatasi oleh satu klik saja. Dan dalam hitungan detik, berita-berita tersebut dapat segera dibagikan dan menyebar ke belahan dunia lain, termasuk dengan berbagai komentar-komentar yang menyertainya. Pertukaran informasi dan kebebasan yang ditawarkan inilah yang menyebabkan siapa saja dapat terlibat dalam suatu jaringan komunitas global dan hanya melalui satu sarana, yakni media sosial.

Media sosial yang telah berkembang dalam berbagai aspek membawa informasi-informasi yang seringkali dijadikan sebagai sumber awal masyarakat untuk mengetahui suatu kejadian yang sedang hangat di media. Banyak kajian mengenai media sosial dan berbagai perannya dalam keseharian masyarakat dikarenakan media sosial memang hidup dekat dengan keseharian manusia dan manusia telah bergantung pada media sosial. Media sosial juga telah merambah pada aspek-aspek lain di luar aspek komunikasi, seperti ekonomi, sosial, budaya, psikologis, politik, dan aspek

lainnya. Salah satu topik yang sering menjadi pembahasan dalam penelitian yaitu mengenai peran media sosial terhadap sikap atau perilaku suatu kelompok masyarakat. Hal ini dikarenakan media sosial menampilkan kekuatan yang dapat mempengaruhi pemikiran masyarakat. Dengan banyaknya sumber berita dan frekuensi pemberitaan yang ada terhadap suatu isu, maka masyarakat secara tidak sadar akan membentuk suatu opini atau persepsi mengenai isu tersebut. Dengan demikian, media sosial dapat menentukan perilaku dan pilihan masyarakat terhadap sesuatu.

Pengguna media sosial yang mencakup berbagai lapisan masyarakat juga melibatkan para petinggi negara, maka segala opini masyarakat yang tertuang dalam media sosial juga menjadi penting dan diawasi oleh pemerintah. Pemerintah dapat secara langsung mengawasi bentuk-bentuk opini masyarakat melalui media sosial dapat dengan segera menjadikannya sebagai bahan pertimbangan untuk tindakan selanjutnya. Hal ini dapat membantu kinerja pemerintah dalam merumuskan kebijakan-kebijakan yang sesuai dengan masyarakat secara cepat dan tepat. Media sosial membuka kesempatan bagi pemerintah dan masyarakat untuk berinteraksi secara transparan. Di era media sosial ini, aktor-aktor politik juga turut aktif dalam media sosial dalam memberikan informasi, tanggapan, atau bahkan untuk berkampanye.

Kampanye yang dilakukan menggunakan media sosial merupakan suatu bentuk yang sedang marak digunakan. Karena melalui media sosial, para kandidat dapat lebih mudah untuk menyampaikan visi dan misinya kepada masyarakat, melihat



secara langsung bagaimana tanggapan dan reaksi masyarakat, melihat opini-opini yang dituliskan masyarakat mengenai dirinya, dan mengawasi perkembangan masyarakat. Selain itu, para kandidat ini dapat menentukan sendiri citra yang akan mereka tampilkan kepada masyarakat melalui media sosial yang dapat dilihat melalui setiap *posting* yang mereka kirimkan atau tampilkan. Setiap *post* yang ditampilkan di media sosial akan secara langsung dinilai oleh masyarakat dan masyarakat akan membangun berbagai opini terhadap kandidat. Opini yang dibangun dalam masyarakat tentunya akan kembali ditampilkan di media sosial, sehingga dapat terbentuk interaksi antara kandidat dan masyarakat.

Dalam hal ini, media sosial yang telah menjamur penggunaannya tentu dapat dimanfaatkan sebagai alat kampanye yang menguntungkan. Menurut data dari *Pew Research Center*, *Facebook* merupakan media sosial dengan pengguna terbanyak yakni sebesar 79% yang kemudian disusul oleh *Instagram*, *Pinterest*, *LinkedIn*, dan *Twitter*.<sup>9</sup> Menurut direksi digital kampanye Donald Trump, Brad Prascale, *Facebook* menjadi salah satu penentu kemenangan Trump karena *Facebook* menjadi fasilitator pemasaran yang sukses dan mampu menghasilkan dana yang sangat besar untuk keberlangsungan kampanye.<sup>10</sup> Selain itu, *Twitter* juga turut menjadi media yang digunakan dalam kampanye karena *Twitter* merupakan media sosial yang masuk dalam lima media sosial yang banyak digunakan masyarakat Amerika Serikat, yakni

---

<sup>9</sup>Shannon Greenwood, Andrew Perrin, dan Maeve Duggan, "Demographics of Social Media Users in 2016", *Pew Research Center*, diakses pada 27 Agustus 2017 melalui <http://www.pewinternet.org/2016/11/11/social-media-update-2016/>

<sup>10</sup> Issie Lapowsky, "Here's How Facebook Actually Won Trump The Presidency", *Wired*, diakses pada 27 Agustus 2017 melalui <https://www.wired.com/2016/11/facebook-won-trump-election-not-just-fake-news/>

sebesar 24%.<sup>11</sup> Meskipun penggunaannya masih di bawah media sosial lain seperti *Instagram*, *Pinterest*, atau *LinkedIn*, *Twitter* menjadi fokus penelitian karena aktif digunakan oleh Trump dalam kesehariannya. Trump menggunakan *Twitter* untuk membagikan berbagai pemikiran dan tanggapannya yang pada akhirnya mengundang kontroversi. Namun, berbagai hal yang diungkapkan melalui *tweetsnya* menarik perhatian banyak pihak dan secara tidak langsung membawa namanya semakin meluas.

Kedua media sosial ini dipilih karena mampu secara maksimal mendongkrak popularitas Trump dalam proses kampanye. Dikutip dari *The Verge*, Trump mengatakan :

*“The fact that I have such power in terms of numbers with Facebook, Twitter, Instagram, etc. I think it helped me win all of these races where they’re spending much more money than I spent.”*<sup>12</sup>

Bagi Trump, media sosial memiliki kekuatan yang besar dan membantunya memenangkan berbagai kompetisi karena lawannya mengeluarkan dana yang lebih besar daripada dirinya. Media sosial juga dianggap sebagai bentuk komunikasi yang baik dan dapat digunakan sebagai “metode untuk melawan” ketika ada berita yang kurang baik terhadapnya.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> Shannon Greenwood, dkk., *Ibid.*

<sup>12</sup> Rich McCormick, “Donald Trump says Facebook and Twitter ‘helped him win’”, *The Verge*, diakses pada 10 Oktober 2017 melalui <https://www.theverge.com/2016/11/13/13619148/trump-facebook-twitter-helped-win>

<sup>13</sup> *Ibid.*

Dengan demikian, media sosial memiliki peranan besar bagi keberhasilan kampanye kandidat politik karena kekuatannya dalam menjangkau masyarakat secara luas dan dalam waktu yang singkat. Media sosial juga berperan besar dalam memfasilitasi ruang terbuka bagi masyarakat untuk menyuarakan pendapatnya secara bebas dan menjadi ruang bagi masyarakat untuk saling berinteraksi dalam suatu komunitas global yang terhubung tanpa adanya batas ruang dan waktu.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai peran media sosial dalam kemenangan Trump pada pemilihan umum presiden Amerika Serikat di tahun 2016, namun secara khusus permasalahan yang akan menjadi fokus bahasan adalah mengenai perkembangan media sosial khususnya *Facebook* dan *Twitter* di Amerika Serikat dan melihat bagaimana *Facebook* dan *Twitter* dapat berperan menjadi jembatan atas kemenangan Trump dalam pemilihan umum presiden Amerika Serikat di tahun 2016.

Media sosial tidak diragukan lagi menjadi salah satu alat yang memiliki kekuatan dalam membantu suatu pihak mencapai kepentingannya. Kekuatan terbesar media sosial adalah pengaruh yang dapat disebarkan melalui media sosial karena kecepatan dan jangkauannya yang luas. Dalam dunia politik khususnya pada masa kampanye, kandidat calon pemimpin ini pun melihat kekuatan yang ditawarkan media sosial sebagai peluang besar dalam mencapai kepentingannya. Para kandidat

ini dapat mencapai kepentingannya melalui fasilitas yang ditawarkan oleh media sosial untuk membagikan visi dan misinya kepada masyarakat, menyediakan sejumlah informasi yang dibutuhkan masyarakat, dan khususnya dalam rangka mempromosikan diri, tentunya dengan cara yang lebih mudah, cepat, murah, dan efektif. Keberhasilan media sosial dalam kampanye pemilihan umum telah terbukti dalam kampanye pemilihan umum presiden Amerika Serikat yaitu Barack Obama di tahun 2008.<sup>14</sup> Maka tak heran, cara ini pun turut digunakan dalam pemilihan umum presiden Amerika Serikat di tahun 2016 oleh dua kandidat terkuat Donald Trump dan Hillary Clinton.

Aktivitas kedua kandidat di media sosial membuat masyarakat turut mengikuti segala tindak tanduk dari para kandidat yang tanpa disadari membentuk opini masyarakat terhadap para kandidat tersebut. Opini-opini yang terbentuk ini kemudian akan membentuk sebuah penilaian yang berujung pada pilihan terhadap kandidat calon presiden. Apapun berita yang tersebar, baik itu berita yang baik atau pun buruk, tetap akan sampai kepada masyarakat dan membawa pengaruh yang besar terhadap popularitas kandidat. Berbagai reaksi masyarakat tentu akan berbeda satu sama lain, namun inilah yang menjadi kekuatan dari media sosial dalam menyentuh dan mempengaruhi masyarakat.

Kekuatan media sosial pun dilihat dan dimanfaatkan oleh Trump sebagai peluang besar dalam pemilihan umum untuk membantunya menjangkau sebanyak

---

<sup>14</sup> Daniel Burrus, "Did Social Media Play a Role in Obama's Victory?", *Huffington Post*, diakses pada 1 Februari 2017 melalui [https://www.huffingtonpost.com/daniel-burrus/did-social-media-play-a-r\\_b\\_2094145.html](https://www.huffingtonpost.com/daniel-burrus/did-social-media-play-a-r_b_2094145.html)

dan seluas mungkin masyarakat. Dalam era yang serba modern ini, media sosial telah menjadi pilihan utama dalam memperkenalkan dan mendongkrak popularitas seseorang. Sehingga dapat dilihat bahwa peran media sosial memang sangat kuat dan dapat membantu seseorang untuk mencapai tujuannya. Dengan memanfaatkan media sosial yang telah menjamur penggunaanya di seluruh dunia, yaitu *Facebook* dan *Twitter*, akan dilihat bagaimana kedua media sosial besar ini dapat berperan dalam membantu Trump yang mengawali karirnya di luar dunia politik untuk membuktikan keberhasilannya dalam mencapai kemenangan di pemilihan umum presiden Amerika Serikat tahun 2016.

### 1.2.1 Pembatasan Masalah

Untuk membatasi pembahasan penelitian ini agar menjadi lebih fokus, maka penelitian ini akan membahas mengenai aktivitas Donald Trump dalam media sosial *Facebook* dan *Twitter* selama masa kampanye hingga pemilihan umum presiden Amerika Serikat dari tanggal 16 Juni 2015 yakni tanggal Trump mengumumkan dirinya sebagai kandidat presiden Amerika Serikat 2016<sup>15</sup> hingga 8 November 2016 yakni hari pemilihan presiden Amerika Serikat 2016.<sup>16</sup> Tanggal-tanggal ini menandai perjalanan politik Trump hingga terpilih menjadi Presiden Amerika Serikat. Pembatasan masalah juga difokuskan pada kategori umur yang dianggap

---

<sup>15</sup> *CBSnews*, "Transcript : Donald Trump Announces His Presidential Candidacy", diakses pada 28 Maret 2017 melalui <https://www.cbsnews.com/news/transcript-donald-trump-announces-his-presidential-candidacy/>

<sup>16</sup> *The New York Times*, "Presidential Election Results : Donald J. Trump Wins", diakses pada 28 Maret 2017 melalui [www.nytimes.com/elections/results/president](http://www.nytimes.com/elections/results/president)

memenangkan Trump pada pemilihan umum presiden di Amerika Serikat yakni antara umur 40-65 tahun.<sup>17</sup>

### 1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah dijelaskan diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian yakni bagaimana peran *Facebook* dan *Twitter* dalam kemenangan Trump dan pada pemilihan umum presiden Amerika Serikat 2016 dan kelompok mana yang membantu Trump dalam meraih kemenangan dalam pemilihan umum presiden Amerika Serikat di tahun 2016?

## 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai yakni untuk mengetahui bagaimana *Facebook* dan *Twitter* berperan dalam membantu Trump meraih kemenangan dalam pemilihan presiden di Amerika Serikat pada tahun 2016 serta mengetahui kelompok masyarakat yang membantu Trump meraih kemenangan dalam pemilihan umum presiden Amerika Serikat 2016.

---

<sup>17</sup> Edison Research for the National Election Pool yang diakses melalui *Business Insider* pada 18 Oktober 2017 [www.businessinsider.com/exit-polls-who-voted-for-trump-clinton-2016](http://www.businessinsider.com/exit-polls-who-voted-for-trump-clinton-2016)

### 1.3.2 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi bagi kepustakaan Hubungan Internasional serta memberikan informasi seputar kampanye Donald Trump dalam pemilihan umum Presiden Amerika Serikat 2016. Selain itu, penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan bagi penelitian-penelitian lain agar dapat melakukan kajian lebih lanjut di masa yang akan datang.

### 1.4 Kajian Pustaka

Penelitian ini akan menjelaskan mengenai peran media sosial dalam mempengaruhi opini masyarakat terkait isu-isu politik terutama dalam penyelenggaraan kampanye pemilihan umum presiden. Penjelasan ini akan dipaparkan dari berbagai sumber dan penelitian serupa yang telah dilakukan sebelumnya. Dalam jurnal yang berjudul *2016 Presidential Circus : Is Social Media the Cause?* oleh *Marissa Lang* dalam *Government Technology* dijelaskan mengenai kampanye politik, seringkali seorang kandidat dapat menghabiskan jumlah uang yang banyak untuk mempromosikan dirinya. Di era pesatnya perkembangan teknologi, media sosial muncul sebagai alat politik dengan pengaruh yang sangat kuat. Segala informasi mengenai kandidat dapat segera diketahui oleh masyarakat kapan saja dan di mana saja. Interaksi yang dihadirkan melalui media sosial menciptakan *feedback*

*loop* yang merupakan bentuk sirkulasi interaksi yang terus membangun momentum baru dan mengundang semakin banyak partisipan.<sup>18</sup>

Selanjutnya dapat dilihat pula argumen dari jurnal yang berjudul *The Game Changer : Social Media and the 2016 Presidential Election* oleh R.Kay Green dalam *Huffington Post* yang mengemukakan bahwa kampanye melalui media sosial sangat menguntungkan karena jangkauannya yang luas, terutama bagi kaum muda. Penelitian menemukan bahwa media sosial memiliki peran yang dekat dengan kaum muda karena keseragaman mereka yang lekat dengan media sosial. Bahkan mereka turut berpartisipasi dengan menyampaikan komentar atau pendapat mengenai isu politik melalui media sosial. Dikatakan pula bahwa apa yang ditampilkan dalam media sosial turut mempengaruhi referensi pilihan masyarakat.<sup>19</sup>

Argumen lain yang juga turut mendukung argumen sebelumnya berasal dari jurnal yang berjudul *Is Social Media Changing How We Understand Political Engagement?* oleh Juliet R. Calisle dan Robert C. Patton dalam *SAGE* yang mengemukakan bahwa media sosial memiliki peran yang penting dalam mempengaruhi perkembangan keterlibatan politik dalam masyarakat. Berbagai bentuk aktivitas, ekspresi, dan identifikasi politik dapat dilakukan dalam rangka meningkatkan partisipasi politik secara aktif. Kemudahan terhadap akses informasi yang ditawarkan di dunia internet membantu menjangkau masyarakat yang lebih luas.

---

<sup>18</sup> Marissa Lang, "2016 Presidential Election Circus : Is Social Media the Cause?", *Govtec*, diakses pada 15 Februari 2017 melalui

[www.govtech.com/social/2016-Presidential-Election-Circus-Is-Social-Media-the-Cause.html](http://www.govtech.com/social/2016-Presidential-Election-Circus-Is-Social-Media-the-Cause.html)

<sup>19</sup> R.Kay Green, "The Game Changer : Social Media and the 2016 Presidential Election", *the Huffington Post*, diakses pada 15 Februari 2017 melalui

[http://www.huffingtonpost.com/r-kay-green/the-game-changer-social-m\\_b\\_8568432.html](http://www.huffingtonpost.com/r-kay-green/the-game-changer-social-m_b_8568432.html)



Karena kemampuannya untuk menjangkau dan merangkul masyarakat satu dengan lainnya bahkan membawa pengaruh yang terus meluas tanpa perlu mengeluarkan biaya yang besar, maka media sosial dapat dimanfaatkan sebagai bagian dari politik.<sup>20</sup>

Dari beberapa kajian pustaka di atas, dapat dipahami bahwa partisipasi dari masyarakat yang dituangkan lewat aktivitasnya di media sosial merupakan kunci utama mengapa media sosial dapat menjadi alat yang sangat kuat dalam menyebarkan pengaruh secara cepat dan luas serta menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Penulis mendukung kedua argumen dalam jurnal di atas karena kekuatan yang ditawarkan media sosial memang berasal dari sejauh mana intensitas interaksi yang diciptakan masyarakat terhadap suatu isu. Karena itu, apa yang ditampilkan ataupun dibahas dalam media sosial menjadi penting untuk membentuk opini masyarakat yang mengacu pada preferensi tertentu. Dalam kajian politik, interaksi dalam media sosial ini dapat memengaruhi pilihan masyarakat terhadap kandidat calon tertentu. Sehingga partisipasi masyarakat dalam membahas suatu isu menjadi kepentingan yang harus dikejar oleh pihak-pihak yang membutuhkan media sosial sebagai sarana promosi atas dirinya.

### 1.5 Kerangka Pemikiran

Sebelum masuk dalam pembahasan, perlu dijelaskan terlebih dahulu mengenai kerangka pemikiran yang berisi tentang teori dan konsep yang akan

---

<sup>20</sup> Juliet R. Calisle dan Robert C. Patton, "Is Social Media Changing How We Understand Political Engagement?", *Political Research Quarterly*, diakses pada 15 Februari 2017 melalui <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1065912913482758>

digunakan dalam penelitian ini sebagai pegangan dalam menjelaskan dan menganalisa penelitian serta menetapkan sudut pandang yang akan digunakan. Dalam menganalisa peran media sosial dalam mempengaruhi opini masyarakat terkait dengan kemenangan Trump dalam pemilihan umum Amerika Serikat 2016 akan digunakan teori *New Media* dan konsep *Integrated Participatory Political Marketing (IPPM)*.

Amerika Serikat yang dikategorikan sebagai negara *superpower* telah lama memegang kendali dalam banyak peristiwa di dunia. Menurut teori *hegemonic stability*, keberadaan sebuah negara dominan (hegemon) penting dalam menjaga kestabilan dunia. Konsep negara hegemon ini merupakan situasi dimana sebuah negara mampu untuk mendominasi aturan politik dan ekonomi internasional.<sup>21</sup> Dengan demikian, siapa yang akan memegang kendali atas negara Amerika Serikat dalam pemilihan umum menjadi perhatian khusus, karena dirinya-lah tidak hanya berkuasa atas Amerika Serikat namun juga dunia. Nasib negara Amerika tentunya akan berpengaruh dengan negara lain, dan karena berdampak pada hubungan antar negara, dapat dikatakan bahwa isu ini menjadi isu dalam Ilmu Hubungan Internasional.

---

<sup>21</sup> Joshua S. Goldstein, 2005, "International Relations", Pearson Longman : New York, hal. 83 dan 107.

Hubungan internasional sendiri dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari strategi diplomasi antar negara bangsa (Holsti, 1985), hubungan antar negara (James, 1993), transaksi lintas negara, dan globalisasi di segala bidang.<sup>22</sup>

### Teori *New Media*

Media yang dulu kita kenal merupakan media massa yang biasa di lihat melalui radio, televisi, ataupun media cetak seperti koran dan majalah. Bentuk-bentuk media pada masa tersebut kita kenal dengan sebutan *old media*. Media dalam bentuk ini pun kemudian perlahan ditinggalkan karena kurangnya keleluasaan untuk menyampaikan pendapat dan sifat interaksi yang ditawarkan oleh media adalah satu arah, di mana masyarakat hanya dapat mengonsumsi apa yang media tawarkan tanpa adanya sarana untuk menyampaikan *feedback*. Karena sifatnya yang satu arah, besarnya pengaruh media kepada masyarakat seringkali dijadikan sebagai alat untuk mengontrol masyarakat oleh para penguasa.<sup>23</sup>

Sepanjang perkembangannya, media pun terus berevolusi dalam menampilkan berita-berita hangat yang lebih cepat, praktis, dan *modern* yang kemudian beriringan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi atau dikenal dengan sebutan *new media*. Media baru yang kini hadir dalam bentuk yang terdigitalisasi dan

---

<sup>22</sup> Brown, 2001, dalam buku Oliver Daddow, 2017, "International Relations Theory", 3rd edition, SAGE Publication : UK, hal. 22

<sup>23</sup> Martin Lister, dkk., 2009, "New Media : a Critical Introduction Second Edition", Routledge : USA, hal 9-10, diakses pada 22 Februari 2017 melalui [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=gMx-AMRg3AOC&oi=fnd&pg=PP1&dq=old+media+new+media&ots=kVcskIXPG0&sig=iOHioFVtVPMKtr9C6PAZhF-SOAg&redir\\_esc=y#v=onepage&q=old%20media%20new%20media&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=gMx-AMRg3AOC&oi=fnd&pg=PP1&dq=old+media+new+media&ots=kVcskIXPG0&sig=iOHioFVtVPMKtr9C6PAZhF-SOAg&redir_esc=y#v=onepage&q=old%20media%20new%20media&f=false)

terhubung dengan dunia internet menjadi semakin lekat dengan kehidupan masyarakat. Digitalisasi yang dimaksud adalah bagaimana media baru tampil dalam bentuk data yang dianalogikan menjadi perpaduan antara teks, gambar, dan suara.<sup>24</sup>

Hasil dari digitalisasi adalah apa yang dapat dilihat pada media baru, yang membuatnya menjadi lebih menarik. Inilah kemudian yang menjadi daya tarik tersendiri bagi media baru, seperti media sosial. Kemudahan yang ditawarkan untuk mengakses berita terbaru ditambah dengan akses untuk memberikan tanggapan secara langsung pada akhirnya membuka fasilitas bagi media dan masyarakat luas untuk saling berinteraksi dalam satu komunitas global. Interaksi yang berlangsung ini menjadi sebuah fenomena yang hangat dan berkembang dalam segala aspek kehidupan masyarakat.

Individu-individu ini kemudian memiliki kapabilitas yang tak terbatas untuk saling berinteraksi melalui fitur-fitur yang ditawarkan dalam satu wadah yakni media sosial. Media sosial memungkinkan para penggunanya untuk saling terkoneksi satu sama lain tanpa adanya batasan, baik geografis, waktu, umur, latar belakang, atau jenis kelamin, karena apa yang ingin ditampilkan dalam media sosial juga dapat diatur sesuai dengan keinginan para penggunanya.<sup>25</sup> Kemudahan, kecepatan, dan kebebasan akses dari media sosial membuat penggunanya dapat berkomunikasi dengan saling memberikan komentar, mengirimkan pesan singkat, atau membagikan berita. Berita di media sosial pun seringkali dijadikan sebagai sumber utama

---

<sup>24</sup> Ibid., hal 16-17.

<sup>25</sup> Danah M. Boyd, Nicole B. Ellison, "Social Network Sites : Definition, History, and Scholarship," *Journal of Computer Mediated Communication*, diakses pada 22 Februari 2017 melalui <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/full>

masyarakat untuk mencari tahu fenomena yang sedang hangat dibicarakan. Fenomena media sosial ini mampu mengangkat suatu peristiwa kepada khalayak dan menjadikannya sebagai sesuatu yang *viral* atau dikenal oleh masyarakat.

Berkembangnya media sosial merambah ke berbagai bidang, termasuk bidang politik. Media sosial dimanfaatkan sebagai alat kampanye politik karena pengaruhnya yang besar dan luas dalam masyarakat. Media sosial dilihat sebagai alat yang memiliki peluang besar untuk membantu kesuksesan dari kampanye politik. Apabila dilihat dari perkembangan dan fungsi yang ditawarkan oleh media sosial, maka media sosial memiliki peran dalam kampanye politik<sup>26</sup> yaitu pertama, sebagai sumber informasi politik. Seperti yang diketahui sebelumnya, sebagian besar pengguna internet di era *new media* menjadikan media sosial sebagai sumber informasi politik. Karena arus informasi yang ada di internet cepat diperbaharui dan menyebar luas, masyarakat pun melihat media sosial sebagai sumber informasi yang pertama digunakan untuk mengetahui berita terhangat dan terkini. Masyarakat melihat bahwa media baru menyediakan informasi yang dapat secara mudah dijangkau, dapat diakses kapan saja dan di mana saja, dan tentunya terus menyediakan informasi terbaru. Keunggulan ini menjadikan masyarakat menjadikan media baru sebagai sumber informasi utamanya.

Peran kedua adalah sebagai forum diskusi dan debat politik. Melalui media sosial, masyarakat memiliki kebebasan untuk dapat secara langsung menyampaikan pendapatnya. Pendapat yang diberikan di media seringkali membentuk suatu interaksi

---

<sup>26</sup> Philip N. Howard, 2006, "New Media Campaigns and the Managed Citizen", Cambridge University Press : USA

antar pengguna media sosial untuk saling berkomentar satu sama lain. Interaksi ini kemudian akan melahirkan percakapan-percakapan baru dan membentuk sebuah forum diskusi mengenai suatu topik. Dalam halnya berpendapat, tentunya tidak jarang masyarakat juga menemui perbedaan pendapat yang mengacu pada adanya perdebatan terkait suatu topik. Sehingga secara keseluruhan, media baru menjadi sarana bagi masyarakat untuk dapat saling berdiskusi maupun berdebat, khususnya dalam dunia politik, masyarakat dapat berdiskusi dan berdebat mengenai isu-isu politik yang sedang diperbincangkan di media sosial.

Ketiga yaitu sebagai sarana penyalur aspirasi dan opini publik. Karena sistemnya yang dapat melibatkan masyarakat secara langsung, media baru khususnya media sosial dapat digunakan sebagai sarana penyalur aspirasi masyarakat. Masyarakat dapat dengan mudah mengutarakan pendapatnya melalui fasilitas *post* yang telah disediakan atau menuliskan opininya di kolom komentar *post* lain. Masyarakat sendiri juga dapat membuat suatu karya tulisan yang dapat diunggah melalui *website*, *blog*, ataupun media sosial seperti *Facebook* yang menyediakan fasilitas *post* yang tidak terbatas karakter dan dapat disertai atribut pendukung seperti foto dan video, ataupun opini yang secara singkat dapat dituangkan melalui *tweets* di *Twitter*.

Keempat yaitu untuk meningkatkan partisipasi politik masyarakat. Kebebasan dan kemudahan yang ditawarkan melalui media sosial tentunya membuat masyarakat lebih tergugah untuk ikut berpartisipasi dalam berbagai aktivitas berpolitik. Masyarakat tidak lagi dibatasi untuk berpendapat dan tidak perlu lagi harus turun ke

jalanan untuk dapat menyampaikan aspirasinya. Semua itu dapat secara bebas dan mudah disampaikan melalui media sosial. Masyarakat dapat menyampaikan pendapatnya baik positif maupun negatif, menanggapi pendapat orang lain, saling berdiskusi dan berdebat, terlibat dalam poling, atau hanya menyimak informasi politik di media sosial. Media sosial menawarkan suatu fasilitas yang mampu merangkul masyarakat untuk turut berpartisipasi dalam dunia politik.

Dan yang terakhir adalah sebagai sarana untuk mendapatkan sponsor dana. Maraknya media sosial sebagai fasilitas bagi para tokoh politik untuk berkampanye turut dimanfaatkan untuk memperoleh dana bagi kampanye itu sendiri. Melalui media sosial, masyarakat diajak untuk turut berpartisipasi dalam mendonasikan dana bagi kegiatan kampanye. Selain itu, dana ini juga dapat diperoleh melalui pembuatan situs penjualan barang ataupun iklan yang dapat dipasang di media sosial. Dana tersebut dapat dilihat kegunaannya dari segala aktivitas yang diunggah di media sosial nantinya.

#### Konsep *Integrated Participatory Political Marketing (IPPM)*

Konsep ini merupakan turunan dari dua konsep yang sudah ada sebelumnya, yaitu *the participatory political communication* dan *the integrated marketing communication (IMC)*. Seiring dengan perkembangan informasi dan teknologi, konsep IMC turut berkembang dalam dunia komunikasi politik. Kemunculan internet dan media sosial yang didukung dengan adaptasi konsep ini akan membantu

meningkatkan strategi pemasaran kampanye politik.<sup>27</sup> Dengan demikian, *Integrated Participatory Political Marketing (IPPM)* dapat didefinisikan sebagai :

*“an organizational philosophy, principles and strategy” to develop the professional campaign structures, strategies and tools to address various political market arenas.*”<sup>28</sup>

Dalam hal ini, kampanye politik tidak lagi hanya mengandalkan strategi kampanye yang bergantung pada partai politik maupun konsultan semata, namun menekankan pada *personal political branding* yang semakin menarik dan memiliki pengaruh yang besar untuk meningkatkan kekuatan *political marketing* dan membawa partai, khususnya kandidat politik, dalam memenangkan pemilihan umum.<sup>29</sup>

Untuk memperkuat argumen dalam analisa, konsep ini juga akan menggunakan model yang terdiri dari tiga tahap bagi seorang kandidat politik untuk membangun *personal political branding*-nya, yaitu melalui tahap pertama *assessing the voters need, profiling the voters*, dan *identifying voters segment*. Dalam hal ini, kandidat politik dapat terlebih dahulu menganalisa *voters* yang akan dituju dan melihat apa yang para pendukungnya butuhkan, bagaimana latar belakang para pendukungnya, dan kelompok pendukung seperti apa yang kandidat tuju. Dengan

---

<sup>27</sup> Bogdan Patrut dan Monica Patrut, 2014, “Social Media in Politics”, Springer International Publisher : Switzerland, hal. 103

<sup>28</sup> Stromback, 2010, dalam Bogdan dan Monica Patrut, Ibid.

<sup>29</sup> Ibid.



demikian, kandidat politik dapat membentuk *personal political branding* yang sesuai dengan pendukung yang dituju dan meraih dukungan sebesar-besarnya.<sup>30</sup>

## 1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

### 1.6.1 Metode Penelitian

Metode yang dapat digunakan dalam menganalisis data dibagi menjadi dua, kualitatif dan kuantitatif. Penelitian yang kualitatif lebih didasarkan pada proses yang tidak menggunakan pengukuran, sehingga peneliti kualitatif lebih menekankan pada realitas yang ada di lapangan, hubungan antara peneliti dan objek, serta situasi kendala di lapangan. Berbeda dengan kualitatif, penelitian yang kuantitatif menekankan pada pengukuran dan analisis hubungan kausal diantara variabel yang terlibat, sehingga yang hal-hal yang diperhatikan antara lain dari segi kuantitas, jumlah, intensitas dan frekuensi.<sup>31</sup>

Metode yang akan digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dalam menganalisa peran media sosial terkait dengan kemenangan Trump dan menggunakan jenis penelitian deskripsi.

---

<sup>30</sup> Loc. Cit, hal. 104

<sup>31</sup> Denzin, Norman. K. and Yvonna S. Lincoln. *Handbook of Qualitative Research*. 2nd edition. Thousand Oaks, CA: Sage, 2000, diakses pada 1 Maret 2017 melalui <http://libguides.usc.edu/writingguide/qualitative>

### 1.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data-data yang dapat membantu penelitian akan dilakukan dengan teknik studi pustaka dan observasi data yang didapatkan melalui internet.

### 1.7 Sistematika Pembahasan

#### BAB I : PENDAHULUAN

Dalam pendahuluan akan dipaparkan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, kerangka pemikiran yang berisi teori dan konsep pendukung analisis, tujuan dan manfaat penelitian, serta metode penelitian.

#### BAB II : PERKEMBANGAN MEDIA SOSIAL DI AMERIKA SERIKAT

Dalam bab ini akan dibahas mengenai perkembangan media sosial sejak awal kemunculannya hingga masa popularitasnya kini yang erat dengan kehidupan masyarakat. Data-data yang telah dikumpulkan dari sumber-sumber yang ada akan dijelaskan secara terperinci dan diharapkan dapat menjadi dasar pendukung analisa pada bab selanjutnya.

#### BAB III : ANALISIS PERAN FACEBOOK DAN TWITTER DALAM KEMENANGAN TRUMP PADA PEMILIHAN PRESIDEN AMERIKA SERIKAT 2016

Dalam bab ini akan dijelaskan hasil dari penggunaan metode kualitatif dan menjawab research question sebagai inti dari penelitian ini : bagaimana peran *Facebook* dan

*Twitter* dalam mempengaruhi pilihan masyarakat terkait dengan kemenangan Trump pada pemilihan umum presiden Amerika Serikat 2016?

#### BAB IV : KESIMPULAN

Bagian terakhir dalam penelitian ini akan merangkum seluruh isi dari penelitian dari bab-bab sebelumnya serta data-data yang didapatkan selama penelitian.