

**Analisis Strategi Pemasaran Politik dalam Kampanye Media Sosial
Joe Biden dan Donald Trump di Pemilihan Umum Amerika Serikat
Pada Tahun 2020**

SKRIPSI



Disusun Oleh

Aura Maulina Wibisono

1181004072

**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

2021/2022

**Analisis Strategi Pemasaran Politik dalam Kampanye Joe Biden dan
Donald Trump dalam Pemilihan Umum Amerika Serikat Pada
Tahun 2020 di Media Sosial**

PROPOSAL SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Studi S-1
di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial**

Universitas Bakrie



Disusun Oleh

MPB (Aura Maulina)

1181004072

PROGRAM STUDI ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

2021/2022

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Aura Maulina

NIM : 1181004072

Tanda Tangan : 

Tanggal : 10 Agustus 2022

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Aura Maulina Wibisono

NIM : 1181004072

Program Studi : Ilmu Politik

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Politik dalam Kampanye Media Sosial
Joe Biden dan Donald Trump di Pemilihan Umum Amerika Serikat
Pada Tahun 2020

Telah berhasil dipertahankan dan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Sosial pada Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Insan Harapan Harahap, S.Sos., M.AP.



Penguji 1 : Aditya Batara Gunawan, S.Sos., M.Litt.



Penguji 2 : Muhammad Tri Andika Kurniawan, S.Sos., M.A.



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 10 Agustus 2022

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aura Maulina Wibisono

NIM : 1181004072

Program Studi : Ilmu Politik

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN POLITIK DALAM KAMPANYE JOE BIDEN DAN DONALD TRUMP DALAM PEMILIHAN UMUM AMERIKA SERIKAT PADA TAHUN 2020 DI MEDIA SOSIAL

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan), Dengan Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai Hak Cipta untuk Kepentingan akademis.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 10 Agustus 2022

Yang Menyatakan



(Aura Maulina Wibisono)

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat, rahmat, nikmat serta karunia-Nya yang diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran Politik Dalam Kampanye Joe Biden dan Donald Trump Dalam Pemilihan Umum Amerika Serikat Pada Tahun 2020 Di Media Sosial. Penulisan tugas akhir ini dilakukan dalam rangka pemenuhan salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sosial Program Studi Ilmu Politik Konsentrasi Hubungan Internasional pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa, tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya.

Dalam menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan banyak dukungan dan bantuan dari berbagai pihak dalam bentuk moril maupun materil, serta pemberian semangat dan doa yang membangun menjadi motivasi yang tinggi dalam menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini. terselesaikannya laporan ini juga, tidak terlepas dari adanya kontribusi serta peran dan bantuan dari pihak-pihak lain yang mendukung segala keperluan penulis. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak Terima Kasih kepada pihak-pihak yang membantu diantaranya:

1. Kedua Orang Tua saya, yaitu Ibu Rika Fetriana dan Bapak Handika Fahlevi dan juga Kakek dan Nenek saya yang selalu memberikan dukungan tiada henti baik berupa doa, semangat, nasihat, didikan, dan bantuan moril maupun materil untuk kesuksesan dan kelancaran penulis. Tulisan ini penulis persembahkan untuk mama dan papa yang selalu memberikan kasih sayang dan kekuatan hingga penulis dapat menempuh pendidikan di Universitas Bakrie.
2. Ibu Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D., Rektor Universitas Bakrie yang telah mengembangkan Universitas ini menjadi lembaga yang bermanfaat.
3. Bapak Aditya Batara Gunawan, S.Sos, M.Litt., Ketua Program dan Dosen Studi Ilmu Politik Universitas Bakrie dan selaku dosen pembahas tugas Akhir yang

membantu memberikan arahan serta saran kepada penulis dalam penyusunan Tugas Akhir.

4. Bapak Insan Harapan Harahap, S.Sos., M.AP., selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Dosen Pembimbing Akademik Tugas Akhir yang senantiasa meluangkan waktunya, memberikan nasihat serta saran, dan memotivasi penulis dalam penyusunan Tugas Akhir.
5. Bapak Muhammad Tri Andhika Kurniawan, S.Sos, M.A., Dosen Penguji Tugas Akhir yang membantu memberikan arahan serta saran kepada penulis dalam penyusunan Tugas Akhir.
6. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Politik Universitas Bakrie, yang telah memberikan ilmu, bimbingan, arahan dan nasihat-nasihat selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Bakrie.
7. Adik saya Caca dan Mayapa yang selalu menemani dan mendukung saya dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
8. Bang Alfa, Bang Divo dan Bang Ridho yang dengan senang hati meluangkan waktunya membantu saya dalam menyelesaikan revisian dan memberikan dukungan kepada saya untuk segera menyelesaikan skripsi dengan cepat.
9. Sahabat-sahabat perjuangan penulis semenjak SMA, Dyandra, Asti, Asmir, Helga, Delia, Fatinka, Ari yang tidak pernah bosan membantu dan menemani penulis dalam mengerjakan penulis.
10. Sahabat-sahabat seperjuangan semenjak kuliah Ifah, Ziyad, Ayu, Yaya, Allif, Samir, Fei, Andi, dan Puty yang selalu setia memberikan hiburan dan canda tawa dikala sulitnya penyelesaian skripsi.

Akhir kata, penulis berharap semoga Allah berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dan mudah-mudahan tulisan ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 10 Agustus 2022



(Aura Maulina Wibisono)

Analisis Strategi Pemasaran Politik dalam Kampanye Joe Biden dan Donald Trump dalam Pemilihan Umum Amerika Serikat Pada Tahun 2020 di Media Sosial

Aura Maulina Wibisono

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran politik kedua kandidat yaitu Donald Trump dan Joe Biden pada Pemilihan Presiden Amerika Serikat pada tahun 2020 di Media Sosial. Strategi pemasaran politik kedua kandidat di berbagai platform media sosial cukup berbeda. Figur politik Donald Trump yang terkenal dengan kampanye kontroversialnya, sedangkan Joe Biden yang lebih mendekati diri kepada masyarakat agar dipercayai. Melalui penelitian ini, peneliti mencoba menjelaskan bagaimana strategi pemasaran politik dalam kampanye media sosial yang dilakukan oleh kandidat Joe Biden-Kamala Harris dan kandidat Donald Trump-Mike Pence pada pemilihan umum di Amerika Serikat pada tahun 2020 di media sosial. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan jenis penelitian kualitatif dan menggunakan teknik pengumpulan data studi pustaka berupa data sekunder. Teori yang digunakan untuk penelitian ini adalah teori pemasaran politik dan strategi kampanye politik. Teori pemasaran politik digunakan untuk melihat strategi pemasaran politik kedua kandidat berdasarkan 4p yaitu product, promotion, place dan price yang akan menjelaskan lebih dalam strategi kampanye kedua kandidat tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial merupakan alat yang sangat penting dalam berkampanye untuk menjangkau suara pada pemilihan umum tahun 2020 lalu di Amerika Serikat. Melalui media sosial, opini publik dapat dipengaruhi dengan adanya persepsi-persepsi baru.

Kata Kunci: Pemilu, Kampanye, Media Sosial, Joe Biden dan Donald Trump

Analisis Strategi Pemasaran Politik dalam Kampanye Joe Biden dan Donald Trump dalam Pemilihan Umum Amerika Serikat Pada Tahun 2020 di Media Sosial

Aura Maulina Wibisono

ABSTRACT

This study aims to analyze the political marketing strategies of the two candidates, namely Donald Trump and Joe Biden in the 2020 United States Presidential Election on Social Media. The political marketing strategies of the two candidates on various social media platforms are quite different. Donald Trump is a political figure who is famous for his controversial campaign, while Joe Biden is closer to the people to be trusted. Through this study, the researcher tries to explain how the political marketing strategy in social media campaigns carried out by candidates Joe Biden-Kamala Harris and candidate Donald Trump-Mike Pence in the general election in the United States in 2020 on social media. This research uses descriptive research methods with qualitative research types and uses library research data collection techniques in the form of secondary data. The theory used for this research is political marketing theory and political campaign strategy. Political marketing theory is used to see the political marketing strategies of the two candidates based on the 4Ps, namely product, promotion, place and price which will explain more deeply the campaign strategies of the two candidates. The results show that social media is a very important tool in campaigning to reach votes in the 2020 general election in the United States. Through social media, public opinion can be influenced by new perceptions.

Keywords: Elections, Campaigns, Social Media, Joe Biden and Donald Trump

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Batasan Penelitian	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.6 Penelitian Terdahulu.....	11
1.7 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II KERANGKA TEORI.....	17
2.1 Paradigma dalam Studi Komunikasi Politik	17
2.2 Strategi Kampanye Politik.....	19
2.3 Political Marketing.....	21
2.4 Operasionalisasi Konsep	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Metode Penelitian.....	25
3.2 Sumber Data Penelitian	26
3.3 Teknik Pengumpulan Data	27
3.4 Teknik Analisis Data	28
3.5 Kerangka Berfikir.....	30
BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS	32

4.1	Gambaran Umum	32
4.1.1	Profil Umum Joe Biden.....	32
4.1.2	Profil Umum Donald Trump.....	32
4.1.3	Sistem Pemilihan Umum Amerika Serikat.....	33
4.1.4	Partai	35
4.1.5	Kampanye dalam Media Sosial	37
4.2	Hasil Penelitian.....	39
4.2.1	Hasil Perolehan Pemilihan Umum Amerika Serikat Pada Tahun 2020	39
	Sumber: (Park et al., 2020)	39
4.2.2	Strategi Kampanye Donald Trump di Media Sosial.....	39
4.2.3	Strategi Kampanye Joe Biden di Media Sosial.....	45
4.2.4	Political Marketing	48
4.3	Analisis dan Pembahasan	51
BAB V PENUTUP.....		70
5.1	Kesimpulan.....	70
5.2	Saran	72
Daftar Pustaka		73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Aplikasi Kampanye Trump	42
Gambar 4. 2 Kampanye Trump dalam Media Sosial Facebook	43
Gambar 4. 3 Survey Data Hasil Kerja Trump.....	44
Gambar 4. 4 Hasil Perolehan Kedua Calon Presiden Amerika.....	54
Gambar 4. 5 Kampanye Trump dalam Media Sosial Facebook	65
Gambar 4. 6 Survey Data Hasil Kerja Trump.....	65
Gambar 4. 7 Aplikasi Kampanye Trump	67

DAFTAR TABEL

Table 1. 1 Penelitian Terdahulu	14
Table 2. 1 Operasionalisasi Konsep.....	23
Table 3. 1 Sumber Data Penelitian.....	27
Table 3. 2 Teknik Pengumpulan Data.....	27
Table 4. 1 Perolehan Pemilihan Umum Amerika Serikat pada Tahun 2020	39