

**STRATEGI KAMPANYE CALON PRESIDEN DAN WAKIL PRESIDEN 2019
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

SKRIPSI



Oleh :

ATIA NADILA

NIM. 15052101

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN PANCASILA DAN KEWARGANEGARAAN
JURUSAN ILMU SOSIAL POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

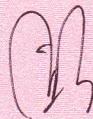
2019

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Judul : Strategi Kampanye Calon Presiden dan Wakil Presiden
2019 Melalui Media Sosial Instagram
Nama : Atia Nadila
TM/NIM : 2015/15052101
Jurusan : Ilmu Sosial Politik
Program Studi : Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan
Fakultas : Ilmu Sosial

Padang, Februari 2020

Disetujui Oleh :
Pembimbing



Alia Azmi, S.IP., M.Si
NIP. 198209042008122003

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Skripsi

Jurusan Ilmu Sosial Politik Fakultas Ilmu Sosial

Universitas Negeri Padang

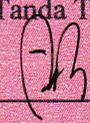
Pada hari Jumat, tanggal 6 Februari 2020 pukul 10.30-12.00

Strategi Kampanye Calon Presiden dan Wakil Presiden 2019 Melalui Media Sosial Instagram

Nama : Atia Nadila
TM/Nim : 2015/15052101
Program Studi : Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan
Jurusan : Ilmu Sosial Politik
Fakultas : Ilmu Sosial

Padang, Februari 2020

Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
Ketua : Alia Azmi, S.IP., M.Si	
Anggota : Susi Fitria Dewi, S.Sos., M.Si., Ph.D	
Anggota : Irwan, S.IP., M.Sc	

Mengesahkan:
Dekan FIS UNP


Dr. Siti Fatimah, M.Pd., M.Hum
NIP. 19610218 198403 2 001

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Atia nadila
TM/NIM : 2015/15052101
Program Studi : Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan
Tempat/Tanggal Lahir : padang, 3 Mei 1996

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul: “Strategi Kampanye Calon Presiden dan Wakil Presiden 2019 Melalui Media Sosial” adalah benaran merupakan karya asli saya dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain, kecuali kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila saat terbukti melakukan plagiat maka saya bersedia diproses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di instansi UNP maupun di masyarakat dan negara.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Padang, Februari 2020

Saya yang menyatakan



Atia Nadila

2015/15052101

ABSTRAK

Atia Nadila, 2015/15052101: STRATEGI KAMPANYE CALON PRESIDEN DAN WAKIL PRESIDEN 2019 MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi kampanye calon Presiden dan Wakil Presiden 2019 di media sosial instagram. Peneliti mengambil instagram untuk dianalisis karena instagram merupakan salah satu akun media sosial yang memposting video, foto serta juga ada teksnya, berbeda dengan youtube yang hanya memposting video saja. Akun instagram yang diteliti ini adminnya adalah tim sukses dari masing-masing calon presiden dan wakil presiden. Berapa banyak konsep yang dipakai dalam mencapai strategi kampanye oleh akun @jokowi.amin terkait dengan konsep kerja, kesederhanaan, kegiatan. Sedangkan akun @indonesiaadilmakmur membahas konsep kesejahteraan, program E-KTP, dan berwibawa dalam melaksanakan strategi kampanye calon Presiden dan Wakil Presiden pada Pemilihan Presiden 2019 di media sosial *instagram*, khususnya di akun @jokowi.amin dan @indonesiaadilmakmur. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan melakukan analisis isi akun Instagram calon Presiden dan Wakil Presiden 2019 terhadap sumber data yakni kumpulan video dan foto yang terdapat di media sosial *Instagram* akun @jokowi.amin dan @indonesiaadilmakmur yang terkait dengan Pemilihan Presiden 2019 yang sesuai dengan penelitian ini. Penelitian ini dilakukan dengan teknik *Content Analysis* data pemilihan presiden 2019. Dengan melakukan analisis maka dapat ditemukan bahwa adanya konsep strategi kampanye yang dilakukan oleh para tim sukses calon presiden dan wakil presiden 2019. Dalam melakukan strategi kampanye pasangan Jokowi-Amin memiliki tiga konsep yaitu kerja, kesederhanaan, dan kegiatan sedangkan pasangan Prabowo-Sandi memiliki strategi dengan konsep kesejahteraan, mendirikan program E-KTP, dan kewibawaan. Hal ini dapat dilihat dari setiap postingan foto dan video akun instagram @jokowi.amin dan @indonesiaadilmakmur. Lebih lanjut, juga ditemukan berbagai macam status serta komentar dari masyarakat, komentar terdapat yang positif serta juga ada yang negatif.

Kata Kunci: Strategi Kampanye, Pemilihan Presiden, Media Sosial instagram.

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **“Strategi Kampanye Calon Presiden dan Wakil Presiden 2019 Melalui Media Sosial Instagram”** . Shalawat beserta salam penulis ucapkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW telah membawa umatnya dari zaman kebodohan sampai zaman pendidikan.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk melengkapi dan memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Pendidikan Kewarganegaraan, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang. Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat selesai dengan baik berkat adanya bantuan dan dorongan serta kerja sama dari berbagai pihak. Untuk itu dengan penuh keikhlasan penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Drs. K Genefri, M.Pd, Ph.D sebagai Rektor Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Prof.Dr. Syafri Anwar, M.Pd selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial yang telah memberikan izin dan kemudahan dalam pelaksanaan penulisan.
3. Bapak Dr. Hasrul, M.Si, dan ibuk Rita Angraini, S.Pd., M.Pd, selaku ketua dan sekretaris Jurusan Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan yang telah memberikan izin kepada penulis dalam menulis skripsi ini.
4. Ibuk Alia Azmi, S.IP., M.Si selaku Pembimbing Skripsi dan Pembimbing Akademik yang telah banyak memberi arahan dan masukan hingga selesainya penyusunan skripsi ini.

5. Ibu Susi Fitria Dewi, S.Sos., M.Si., Ph.D dan bapak Irwan, S.IP., M.Sc, selaku Tim Penguji yang telah memberikan banyak masukan dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini.
6. Bapak ibu staf pengajar dan kepastakaan pada jurusan Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang.
7. Teristimewa untuk Ibuku Elizar Bachtiar dan Alm Ayahku tersayang Yulizar serta Abangku Roni Indra, SH, Kakaku Nila Sari, SE, Indah Fajar Antika, M.pd dan Adikku Muharafil Hidayat dan terkhusus abang yang aku dapatkan setelah remaja Bripda Gilang Faturrahman yang telah banyak berkorban dan selalu memberikan dukungan moril dan materil.
8. Rekan-rekan mahasiswa prodi PPKn 2015 yang saling memberi motivasi dan semangat.
9. Khusus pada sahabat seperjuangan saya frea, Lora, Diah, Een, Rian, Lulu, Dayat, Dini, Tasya, Depi, serta Riska yang selalu membantu dan memberi semangat penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu yang ikut partisipasi memberikan bantuan dan dorongan kepada penulis.

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak. Mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah ilmu pengetahuan kita semua. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan taufik dan hidayahnya kepada kita semua. Atas perhatiannya penulis ucapkan terimakasih.

Padang , 2020

Atia Nadila

15052101

DAFTAR ISI

	Hal
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	vi
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	9
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	
1. Kajian Teori	10
2. Kerangka Konseptual.....	26
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	27
B. Metode Pengumpulan Data	29

C. Teknik Pengumpulan Data	30
D. Jenis dan Sumber Data.....	32
E. Teknik Pengumpulan Data.....	34

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Umum	35
a. Instagram sebagai media kampanye dan sosialisasi.....	35
b. Sejarah pembuatan akun instagram.....	37
B. Temuan Khusus	42
3. Pembahasan	96

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	104
B. Saran	105

DAFTAR PUSTAKA.....	107
----------------------------	------------

LAMPIRAN.....	108
----------------------	------------

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Perolehan suara pemilu capres 2019 menurut KPU

Tabel 2 : Jumlah pengguna media sosial

Tabel 3 : Isi teks serta konsep kampanye akun inastagram @jokowi.amin

Tabel 4 : Isi teks serta konsep kampanye akun instagram @indonesiaadilmakmur

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Bagan kerangka konseptual

Gambar 2 : Profil instagram akun @Jokowi.amin saat pertama dibuka

Gambar 3 : Profil instagram akun @indonesiaadilmakmur saat pertama dibuka

Gambar 4-18: Konsep kerja Jokowi

Gambar 19-29 : Konsep kesederhanaan Jokowi

Gambar 29-35 : Konsep kegiatan Jokowi

Gambar 36-50 : Konsep kesejahteraan Prabowo

Gambar 51-63: Konsep program E-KTP Prabowo

Gambar 63-73 : Konsep berwibawa Prabowo

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Melalui pemilihan umum semua masyarakat Indonesia berkesempatan untuk memilih pemimpin yang bersih, jujur dan aspiratif serta mampu mengatasi permasalahan yang dihadapi untuk kemajuan negara. Dengan adanya pemilihan umum, maka diharapkan terbentuknya kekuatan baru yang mendukung proses terciptanya demokrasi yang kuat dan pro terhadap segala kepentingan rakyat.

Pemilihan umum Presiden dan Wakil Presiden yang selanjutnya disebut Pemilu Presiden dan Wakil Presiden adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia yang berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945 untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden. (Pasal 1 ayat 2 UU Nomor 23 tahun 2003 tentang pemilihan umum Presiden dan Wakil Presiden). Pemilu Presiden dan Wakil Presiden adalah pemilu untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945. (Pasal 1 ayat 3 UU no 22 tahun 2007 tentang penyelenggaraan pemilihan umum).

Pemilu Presiden dan Wakil Presiden adalah pemilu untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945.

(Pasal 1 ayat 3 UU nomor 15 tahun 2011 tentang penyelenggaraan pemilihan umum).

Pemilihan Presiden 17 April tahun 2019 diikuti oleh dua pasangan calon presiden dan calon wakil presiden. Nomor urut satu pasangan Jokowi-Ma'ruf kemudian pasangan no urut dua Prabowo-Sandi. Kedua pasangan calon ini memiliki kesempatan yang sama untuk memenangkan Pemilu calon Presiden dan Wakil Presiden, apabila setiap pasangan ataupun tim kampanyenya mampu bekerja secara maksimal dalam menerapkan strategi politiknya secara efektif dalam meraih suara masyarakat. Hasil rekapitulasi KPU menyatakan pasangan Ir. H. Joko Widodo, dan pasangan Prof. Dr. K.H. Ma'ruf Amin memperoleh suara sebanyak 85.607.362 suara dengan jumlah persentase (55.50%) dan pasangan H. Prabowo Subianto dengan H. Sandiaga Salahuddin Uno, B.B.A., M.B.A memperoleh suara sebanyak 68.650.239 suara dengan jumlah persentase (44.50%). Berdasarkan hasil rekapitulasi penghitungan suara dari KPU, maka ditetapkan pasangan Ir. H. Joko Widodo dan Prof. Dr. K.H. Ma'ruf Amin terpilih menjadi Presiden dan Wakil Preseiden periode 2019-2024.

Berikut data perolehan suara kedua pasangan calon pada penyelenggaraan Pemilu tahun 2019

Tabel 1. Total Perolehan Suara per Provinsi berdasarkan data yang diperoleh melalui KPU

Wilayah/ Provinsi	Prolehan suara	
	(01)	(02)

Jawa Tengah	16.825.511	4.944.447
Jawa Timur	16.231.668	8.441.247
Jawa Barat	10.750.568	16.077.446
Sumatera Utara	3.936.515	3.587.786
DKI Jakarta	3.279.547	3.066.137
Papua	3.021.713	311.352
Lampung	2.853.585	1.955.689
Banten	2.537.524	5.059.514
Bali	2.351.057	213.415
Nusa Tenggara Timur	2.368.982	305.587
Sulawesi Selatan	2.117.5912	2.809.393
Kalimantan Barat	1.709.896	1.263.757
D.I. Yogyakarta	1.655.174	742.481
Riau	1.248.713	1.975.287
Kalimantan Timur	1.094.845	870.443
Sumatera Selatan	1.942.987	2.877.781
Nusa Tenggara Barat	951.242	2.011.319
Sulawesi Tengah	914.558	706.654
Kalimantan Tengah	830.948	537.138
Kalimantan Selatan	823.939	1.470.163
Jambi	859.833	1.203.025
Maluku	599.457	392.940
Bengkulu	583.488	585.999
Kepulauan Riau	550.692	465.511
Papua Barat	508.997	128.732

Sulawesi Tenggara	556.664	842.117
Kepulauan Bangka Belitung	495.729	288.235
Sulawesi Barat	457.312	263.620
Sumatera Barat	407.761	2.448.733
Nanggroe Aceh Darussalam	404.188	2.400.746
Gorontalo	369.803	345.129
Maluku Utara	310.548	344.823
Kalimantan Utara	248.239	106.162

Sumber:<https://www.detik.com/pemilu/hitung-suara=kpu>

Pemilihan presiden memerlukan komunikasi politik yang baik. Komunikasi politik digunakan untuk penyampaian pesan-pesan yang bercirikan politik oleh aktor-aktor politik kepada pihak lain (Maswadi Ra'uf, 1993:32). Dengan demikian, inti komunikasi politik adalah komunikasi yang diberikan kepada pencapaian pengaruh sedemikian rupa, sehingga masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi tersebut dapat mengikat suatu kelompok atau warga tertentu. Komunikasi politik, dengan demikian adalah upaya sekelompok manusia yang mempunyai orientasi, pemikiran politik atau ideologi tertentu dalam rangka menguasai atau memperoleh kekuasaan. Denton dan Woodward memberi karakteristik komunikasi politik dalam istilah tujuan pengirimannya untuk mempengaruhi lingkungan politik. Faktor penting yang membuat terjadinya komunikasi politik bukanlah sumber sebuah pesan, melainkan isi dan tujuannya.

Penerapan strategi yang baik merupakan syarat mutlak dalam meraih kemenangan pada Pemilu 2019. Salah satu cara adalah melalui media sosial. Masing-masing calon presiden dan wakil presiden mempunyai akun media sosial untuk memeplihatkan citra dirinya, seperti facebook, twiter, instagram, youtube, internet, whatsapp, dan linkedin.

Penggunaan media sosial dalam pemilu presiden sangat penting karena tingginya pengguna media sosial di Indonesia. Dapat dibuktikan dari tabel dibawah ini:

Tabel 2. Data Pengguna Medsos di Indonesia Tahun 2019

1	Facebook	130.0 Juta Orang
2	Twiter	6.43 Juta Orang
3	Whatsapp	150.0 Juta Orang
4	Instagram	62.00 Juta Orang
5	Linkedin	12.00 Juta Orang
6	Youtebe	237 Juta Orang
7	Internet	150.0 Juta Orang

Sumber: <https://m.detik.com/inet/cyberlife/d-3912429/130-juta-orang-indonesia-tercatat-aktif-di-medsos>

Partisipasi poitik warga di media social, pada era globalisasi ini, perkembangan teknologi informasi berkembang begitu cepat. Menyebabkan distribusi informasi bertambah mudah dan luas. Informasi dari jarak ratusan kilometerpun dapat sampai ketempat tujuan dengan cepat oleh bantuan teknologi-teknologi yang canggih. Dengan menggunakan internet kita dapat mengakses

berbagai sistem informasi, contoh instagram, twitter, facebook, yahoo, messenger dan lainnya. Jejaring sosial mampu mempertemukan kita dengan orang yang berada di lain tempat dalam suatu ruang khusus. Dari pertemuan tersebut kita dapat bertukaran informasi dalam berbagai bentuk, seperti foto, gambar, maupun tulisan dan dalam bermacam-macam topik, salah satunya politik akhir-akhir ini. Tokoh politik, media, maupun masyarakat semakin gencar memberikan partisipasi politiknya lewat media sosial.

Salah satu media sosial yang sangat banyak dijadikan tempat untuk berkampanye yaitu instagram, karena instagram memiliki kelebihan yang jauh berbeda dari youtube, instagram merupakan aplikasi untuk memposting semua foto serta video tentang kegiatan para parpol sedangkan youtube hanya bisa bernagi video saja. Di dalam akun instagram juga bisa melihat status serta kegiatan apa yang sedang dilakukan oleh para masing-masing calon presiden dan wakil presiden.

Kemudahan dalam membagikan informasi di jejaring sosial tersebut berimbas pada begitu banyaknya informasi politik yang beredar di ruang jejaring sosial yang menyebabkan provokasi dan menyinggung SARA. Dampaknya, jejaring sosial yang semulanya dapat membantu dalam berpartisipasi dalam dunia politik, justru dipandang murahan dan tak bisa dipercaya lagi. Masyarakat memandangnya sebagai hal yang tidak bermutu dan tidak perlu ditanggapi, hanya bualan belaka dari orang-orang yang tidak bertanggung jawab. Media sosial yang

berkaitan dengan calon-calon presiden dan wakil presiden adalah facebook, instagram, twiter. Dan disini juga ada akun yang telah dibuat oleh tim sukses untuk masing-masing pasangan calon presiden dan wakil presiden 2019 di Instagram nomor urut satu dan dua. Nomor urut satu Jokowi-Amin, nama akun resminya adalah @jokowi.amin dan nama akun resmi instagram Prabowo-Sandi @Indonesiaadilmakmur.

Seiring perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di era modern ini, media sosial berperan penting dalam pemilihan presiden 2019. Menurut Damayanti dan Purworini (2018) , media sosial unggul dalam memberikan kecepatan informasi sehingga membuat penggunaanya semakin dinamis dan apatis termasuk dalam hal pemilihan presiden 2019. Media sosial saat ini sangat digemari oleh berbagai kalangan dan dianggap cukup efektif oleh masyarakat Indonesia. Media sosial yang sering digunakan saat ini, diantaranya yaitu instagram, twiter, youtube, facebook, internet. Diantara semua media tersebut, instagram merupakan salah satu contoh media sosial yang paling dominan digunakan pada saat kampanye presiden 2019.

penelitian sebelumnya mengenai persepsi terhadap pemilihan presiden melalui media sosial juga dilakukan oleh Diajeng Triatari (2011) yaitu mengenai “ persepsi iklan politik pada pemilihan pemula “ dalam hal ini menyatakan bahwa pemilihan politik masyarakat tidak selalu ditentukan oleh banyaknya informasi yang mereka miliki tentang kandidat, tetapi dipengaruhi juga oleh kapasitas

masyarakat untuk mengolah informasi yang mereka dapatkan melalui media sosial instagram calon presiden 2019.

Memenangkan Pemilu juga tidak terlepas dari faktor-faktor pendukung yang berasal dari internal dan eksternal, seperti keunggulan pasangan ini dari berbagai aspek dibanding calon-calon yang lainnya, dukungan dari tim kampanye, dukungan dari organisasi masyarakat serta dukungan dari tokoh-tokoh berpengaruh di Indonesia. Faktor-faktor pendukung tersebut mampu mempengaruhi pemilih untuk mencoblos salah satu pasangan pada Pemilu 2019-2024.

Oleh sebab itu peneliti mengambil judul “ **STRATEGI KAMPANYE CALON PRESIDEN DAN WAKIL PRESIDEN 2019 MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM** “. Melalui penelitian ini penulis bisa menelusuri dan menganalisis strategi kampanye presiden 2019 melalui media sosial instagram, karena instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh semua kalangan pada umumnya.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan pada latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Adanya pro dan kontra antara masing-masing pendukung dari para pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden 2019.
2. Terjadinya persaingan tidak sehat antara pendukung paslon dimedia sosial.

3. Pengguna medsos secara aktif oleh kedua tim sukses calon Presiden dan Wakil Presiden 2019.

C. Pembatasan Masalah

Dari masalah diatas maka untuk lebih terfokusnya penelitian ini perlu dibatasi. Penentuan batasan penelitian ini bertujuan untuk membatasi ruang lingkup penelitian. Batasan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi kampanye calon presiden dan wakil presiden 2019 yang dianalisis melalui postingan akun instagram @jokowi.amin dan @indonesiaadilmakmur.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan fokus masalah diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi kampanye melalui media sosial instagram calon presiden dan wakil presiden pada pilpres 2019 ditinjau melalui analisis isi?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, dapat diketahui tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi kampanye melalui media sosial instagram calon presiden dan wakil presiden pada pilpres 2019 ditinjau melalui analisis isi

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini bermanfaat untuk, antara lain :

1. Secara teoritis penelitian ini dapat memperkaya pengetahuan di bidang ilmu politik dan sosiologi politik yang berkaitan dengan strategi politik dalam pemilu.
2. Secara praktis hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi partai politik, tim kampanye, dan juga calon kepala daerah dalam menghadapi pemilihan umum yang akan datang.