

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP
ELEKTABILITAS YUHRONUR EFFENDI dan KH.ABDUR ROUF
DALAM PILKADA KABUPATEN LAMONGAN 2020 PADA
MASA PANDEMI**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk Memenuhi Salah Satu
Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana S1 Ilmu Politik (S.Sos) dalam Bidang Ilmu Politik**



Oleh:

Haris Tomi Nugroho

NIM. I91218072

PROGRAM STUDI ILMU POLITIK

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

2023

PERTANGGUNG JAWABAN PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama: Haris Tomi Nugroho

NIM : 191218072

Program Studi: Ilmu Politik

Judul Skripsi: PENGARUH MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* TERHADAP ELEKTABILITAS PASANGAN YUHRONNUR EFFENDI dan KH. ABDUR ROUF PADA PILKADA KABUPATEN LAMONGAN TAHUN 2020 PADA MASA PANDEMI

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada lembaga pendidikan manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2. Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan plagiasi dari karya orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.
3. Apabila skripsi ini dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan sebagai hasil plagiasi, saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi .

Surabaya, 14 Desember 2022

Penulis
10000
METRA
FEMPEL
77BDAJX0057 151597
0
Haris Tomi Nugroho

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan, arahan serta koreksi terhadap penulisan skripsi yang ditulis oleh:

Nama: Haris Tomi Nugroho

NIM : I91218072

Program Studi: Ilmu Politik

yang berjudul: **“PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP ELEKTABILITAS PASANGAN YUHRONNUR EFFENDI dan KH. ABDUR ROUF PADA PILKADA KABUPATEN LAMONGAN TAHUN 2020 PADA MASA PANDEMI”**, saya

berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah diperbaiki dan dapat diajukan dalam rangka memperoleh gelar sarjana satrata satu dalam bidang ilmu politik.

Surabaya, 14 Desember 2022

Pembimbing



Moh. Ilyas Rolis, S.Ag., M.Si

NIP. 197704182011011007

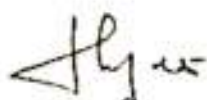
PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Haris Tomi Nugroho dengan judul: "PENGARUH MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* TERHADAP ELEKTABILITAS PASANGAN YUHRONNUR EFFENDI dan KHL. ABDUR ROUF PADA PILKADA KABUPATEN LAMONGAN TAHUN 2020 PADA

MASA PANDEMI" telah dipertahankan dan dinyatakan lulus di depan Tim Penguji Skripsi pada tanggal, 08 Januari 2023

Tim Penguji

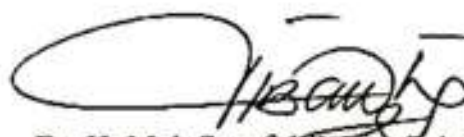
Penguji I



Moh. Ilyas Rolis, S.Ag., M.Si

NIP. 197704182011011007

Penguji II



Dr. H. Moh Syaiful Bahar, S.Ag.

NIP. 197803152003121004

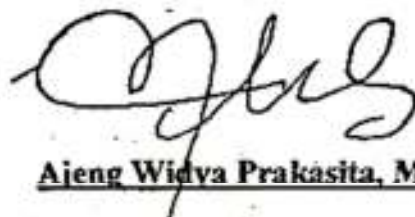
Penguji III



Yusuf Rohman, M.A

NIP. 198510192015031001

Penguji IV



Aieng Widya Prakasita, M.A

NIP. 199502232020122025

Surabaya, 20 Januari 2023

Mengesahkan,

Universitas islam negeri sunan ampel Surabaya

Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik

Dekan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

UIN Sunan Ampel Surabaya





UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN AMPEL
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Haris Tami Nugraha
NIM : 191218072
Fakultas/Jurusan : FISIP / Ilmu Politik
E-mail address : haristami9@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Media Sosial Instagram pada Efektifitas, Yuridikalitas, dan KHI. Abdur Rouf pada masa Pandemi tahun 2020

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 8 Januari 2024.

Penulis,



(Haris Tami Nugraha)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Kata Kunci: Media Sosial Instagram, Pilkada, Elektabilitas.

Media Sosial adalah sebuah dunia baru yang sangat digandrungi oleh semua kalangan, pada saat ini hampir seluruh sendi bergerak menggunakan media sosial sebagai dynamo mereka, tidak terlepas dunia politik, dibelahan dunia manapun manusia saat ini sungguhlah tidak bisa terlepas dari gadget yang menjadi sumber informasi dan sumber pengetahuan dengan berbagai macam platform seperti Youtube, Twitter, Facebook, whatsapp, dan instagram atau aplikasi pewartaan. Politik tidak akan pernah mati dan akan selalu beradaptasi dengan jaman, hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya partai politik di Indonesia yang sudah berlalu-lalang di berbagai macam platform media sosial. Media sosial juga menjadi pilihan bagi para pasangan calon yang akan berkontestasi dalam sebuah pemilihan. (mengikuti pilkada lamongan, mengamati hasil, mengamati cara kampanye, mengumpulkan data dari pendukung, melakukan pengolahan data, hasil penelitian,)

Penelitian ini dipilih oleh peneliti dikarenakan keunikannya yang berhubungan dengan model kampanye baru dan ditengah – tengah kondisi pandemi, Pada Pilkada Kabupaten Lamongan tahun 2020 para calon Bupati dan Wakil Bupati sudah menggunakan media sosial sebagai alat kampanye khususnya adalah instagram, tidak terkecuali pasangan nomor urut 2 yaitu Yuhronnur Effendi dan KH. Abdur Rouf. Pasangan nomor urut 2 memanfaatkan instagram dengan membuat akun kampanye bernama @lamongan_yes. Peneliti mengamati jalannya akun kampanye tersebut secara online melalui berbagai postingan yang dibuat. Pada pilkada tersebut paslon nomor 2 menang dengan selisih yang jauh dari lawan yang lainnya dengan tingkat elektabilitas yang tinggi, dengan elektabilitas yang tinggi dan juga model kampanye terbaru melalui instagram apakah ada korelasi diantara dua hal tersebut.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif ini adalah sebuah tipe penelitian yang berasalkan dari pemikiran dan perhitungan yang digunakan untuk meneliti sebuah sampel atau populasi tertentu yang bersifat statistik yang berguna untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.

Untuk menemukan korelasi diantara keduanya peneliti melakukan penelitian ini dengan mengumpulkan data secara online melalui para follower dari akun @lamongan_yes dengan melakukan komunikasi dengan para follower dan memberikan angket melalui direct message. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa besarnya cakupan dan sebaran dari pengguna instagram di kabupaten Lamongan masih belum mampu untuk mempengaruhi para pemilih dalam sebuah kontestasi, meskipun para pasangan calon sudah memiliki akun instagram-nya masing-masing untuk melakukan kampanye secara besar-besaran di media sosial, hal tersebut karena kurangnya kesadaran berpolitik serta masih marak dan kuatnya praktek politik ketokohan dan politik uang.

DAFTAR ISI

BAB I.....	3
PENDAHULUAN.....	3
A. Latar Belakang.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Batasan Masalah.....	10
F. Variabel dan Indikator.....	11
G. Definisi Operasional.....	12
H. Sistematika Pembahasan.....	13
BAB II.....	16
LANDASAN TEORI.....	16
A. Kajian Pustaka.....	16
1. Kampanye Politik.....	16
2. Media Sosial Instagram.....	21
3. Elektabilitas.....	24
4. Voting Behavior.....	27
5. Teori Pilihan Nasional.....	32
6. Digital Marketing Politik.....	35
B. Penelitian Terdahulu.....	37
C. Hipotesis.....	44
BAB III.....	46
METODE PENELITIAN.....	46
A. Metode Penelitian.....	46
1. Jenis Penelitian.....	56
2. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampeling.....	57
3. Variabel dan Indikator.....	58
4. Teknik Pengumpulan Data.....	59
5. Analisis Data.....	61
BAB IV.....	54
PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA.....	54
A. Gambaran Politik dan Lokasi Penelitian.....	54
B. Hasil Temuan.....	63
BAB V.....	81
KESIMPULAN dan SARAN.....	81
A. KESIMPULAN.....	81
B. SARAN.....	82
Daftar Pertanyaan.....	85
Daftar Pustaka.....	88

Daftar Pustaka

(<https://goodstats.id/article/seberapa-besar-the-power-of-netizen-indonesia-diinstagram>)

diakses pada 27 April tahun 2022 pukul 22:43 WIB.

[27 Nama Kecamatan di Lamongan - Pinhome](#)

Afifuddin, dkk, Metode Penelitian Kualitatif (Bandung: CV Pustaka Setia. 2012) Burhan

Akbar, Husaini Usman, Purnomo Setiadi, Metodologi Penelitian Sosial (Jakarta: Bumi Aksara, 2009)

Akbar, Husaini Usman, Purnomo Setiadi, Metodologi Penelitian Sosial (Jakarta: Bumi Aksara, 2009)

Antar, Venus, 2004. Manajemen Kampanye, (Simbiosis Rekatama Media, Bandung, 2004)

Ardha, Berliani, Sosial media sebagai media kampanye partai politik 2014 di Indonesia, Universitas Mercu Buana, 2017

Arikunto, Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2013)

Arikunto. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek. (Jakarta: Rineka Cipta, 2010).

<http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>

[Badan Pusat Statistik Kabupaten Lamongan \(bps.go.id\)](http://bps.go.id)

Basrowi, Sukidin, dkk. Sosiologi Politik. (Cet I.Bogor; Ghalia Indonesia, 2012).

BPK KAB.LAMONGAN

Budiardjo, Miriam. Dasar-Dasar Ilmu Politik (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008).

Bungin. Metodologi Penelitian Kuantitatif.(Jakarta: Kencana.2009)

[Digital 2022: Indonesia — DataReportal – Global Digital Insights.](#)

Dina Fadiyah, Jimmy Simorangkir, "Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Fitriani, PERILAKU MEMILIH MASYARAKAT DKI JAKARTA PADA PEMILIHAN (Hadari Nawawi, Instrumen Penelitian Bidang Sosial.Gadjah Mada Universitas Pres. (Yogyakarta. 1996).

Hana Oktaviano,Ini Jadwal Lengkap Tahapan Pilkada Serentak 2020 Terbaru - Kabar24
Bisnis.com/[Info Pemilu \(kpu. go. id\)](http://InfoPemilu(kpu.go.id))

Hary Inco, Political Marketing Partai Politik Baru Menuju PEMILU 2024,Universitas
Indonesia, 2018

Herrhyanto, N. (2017). Analisis Data Kuantitatif Dengan Statistika Inferensial (1st Ed.).
Bandung: Yrama Widya.

<https://jdih.kpu.go.id>

<http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>

Juditha Cristiany, POLITICAL MARKETING DAN MEDIA SOSIAL, Peneliti Bidang
Jurnalistik, Komunikasi dan Media Massa pada Balai Besar Pengkajian dan KEPALA
DAERAH 2017, Universitas Hasanudin, 2018 Fixpoll Indonesia -pilkada kab
Lamongan.

L. Sumartini, Money Politics dalam Pemilu (Jakarta: Badan Kehakiman Hukum Nasional
Departemen Kehakiman dan Hak Asasi Manusia, 2004).

Membangun Citra Positif Presiden Joko Widodo pada Pilpres 2019” ,Universitas 17
agustus1945 jakarta, 2020

Nurdiansyah Taufik, PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM JOKO WIDODO
TERHADAP ELEKTABILITAS JOKO WIDODO PADA PILPRES 2019

Pahmi sy, Politik Pencitraan, (Jakarta: Gaung Persada Press, 2010).

Pemasaran Politik (Pengertian, Bauran dan Strategi Kampanye) (kajianpustaka.com)
Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BBPPKI), Makassar, 2019, hal 229

Rosnaeni, PEMASARAN POLITIK MELALUI MEDIA SOSIAL, Universitas

S. Nasution, Metodologi Research Penelitian Ilmiah), (Jakarta: Bumi Aksara. 2010)

SAJOANG ING KABUPATEN WAJO, Universitas Katolik Parahyangan

Saraswati Nila,PARTISIPASI POLITIK DALAM KONSEPSI TEORI PILIHAN
RASIONAL JAMES S COLEMAN, Al-Risalah volume 19,nomer 2, november 2019

Subhan el hafiz, Teori Pilihan Rasional, Universitas Muhammadiyah, 2016

<http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>

Sugiyono. Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Bandung: Alfabeta. 2009)

Suharsimi, Arikunto. "Manajemen penelitian." Jakarta: Rineka Cipta (2005).

Sutarso joko, PENDEKATAN PEMASARAN POLITIK (POLITICAL MARKETING)

DALAM PEMILIHAN UMUM, 2018, Universitas Muhammadiyah Surakarta,

Musnaini, Digital Marketing, Purwokerto, 2014, penapersada

TERHADAP ELEKTABILITAS JOKO WIDODO PADA PILPRES 2019,



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A