

INTISARI

Penelitian ini fokus pada bentuk kampanye politik online calon gubernur Sulawesi Tenggara yang dilakukan melalui oleh relawan masing-masing kandidat melalui Facebook yaitu “Relawan Asrun” dan “Rusda Mahmud”. Tujuan penelitian ini untuk melihat apa saja bentuk kampanye online yang diterapkan oleh relawan kedua kandidat dengan menggunakan dua pendekatan utama kampanye politik yaitu *Benoit Fungcional Approuch* dan *Aristotelian Rhetoric* sebagai pendekatan kampanye politiknya, kemudian melihat *Political Engagement* calon pemilih melalui fitur bawaan Facebook yakni *like*, *comment* dan *share* sebagai indikator kehadiran, tanggapan dan interaksi terhadap strategi retorik relawan pada masing-masing konten postingan. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis isi kualitatif dengan mengartikulasikan teori dan konsep dasar dari kampanye politik kepada khalayak dan seperti apa responnya. Dengan hal itu, maka penting untuk melihat peran media yang punya peran penting dalam menghantar pesan-pesan kampanye untuk sampai kepada publik. Menggunakan pendekatan teori kampanye politik bauran (Ahmad dan Poppa, 2014) yang dilakukan relawan politik melalui media sosial dengan prinsip *syberactivism* (Jati, 2016). Penelitian ini mengungkapkan bahwa pendekatan emosional pada postingan relawan lebih meningkatkan keterlibatan politik calon pemilih. Elemen *pathos* menjadi dominan dalam bentuk kampanye dari kedua relawan kandidat. Adaptasi penggunaan internet dan media sosial khususnya Facebook sebagai alat untuk kampanye politik telah berjalan secara bertahap walaupun dalam temuan yang lain bahwa konsep kampanye politik online melalui media sosial yang dikelola oleh relawan belum berjalan dengan baik. Masih perlu peningkatan citra kandidat dalam pengemasan pesan kampanye pada kandidat untuk menarik keterlibatan politik calon pemilih supaya lebih optimal. Sehingga kerja-kerja praktis relawan secara tersistem sebagai pengemas pesan kampanye dalam marketing politik kandidat bisa menjadi model kampanye yang lebih profesional.

Kata kunci: kampanye politik online, Facebook, analisis isi kualitatif, relawan politik, *political engagement*, media sosial.

ABSTRACT

This study focuses on the form of online political campaigns for Southeast Sulawesi governor candidates conducted by volunteers of each candidate via Facebook, namely "Relawan Asrun" and "Rusda Mahmud". The purpose of this study is to see what form of online campaigns implemented by volunteers of two candidates by using two major approaches political campaign namely Benoit Functional Approach and Aristotelian Rhetoric as an approach to political campaign, and then looking at the political engagement of potential voters through inherent features of Facebook such as like, comment, and share as an indicator of attendance, response and interaction with volunteer rhetorical strategies in each post content. This study uses a qualitative content analysis approach by articulating the theories and basic concepts of political campaigns to the public and what their responses are. With that, it is important to see the role of the media which has an important role in delivering campaign messages to reach the public. Using a mixed political campaign theory approach (Nyarwi, 2014) conducted by political volunteers through social media with the principle of syberactivism (Jati, 2016). This study revealed that the emotional approach of volunteer posts further increased the political involvement of prospective voters. The pathos becomes a dominant element in the campaign forms of the two candidate volunteers. The internet and social media adaptation, especially Facebook as a tool for political campaigns, has been progressing gradually, although in other findings that the concept of online political campaigns through social media managed by volunteers has not gone well. There is still a need to improve the image of candidates in packaging campaign messages to candidates to attract political involvement of prospective voters to be more optimal. So that the practical work of volunteers in a systematic way to package campaign messages in political marketing candidates can become a more professional campaign model.

Keywords: online political campaigns, political engagement, social media, Facebook, political volunteers.