



ABSTRACT

Social media has extensively been used by the citizens as a mode of communication and platforms to gain information. Recently, more and more politicians are also using social media to connect with the citizens, especially for the vote mobilization on election times. Consequently, politicians tend to utilize populist discourses as their strategies to find broader appeal or build electoral constituency. While the existing studies have mainly focused on the Western context, this undergraduate thesis aims to examine this phenomenon in Global South countries: Indonesia and the Philippines. Specifically, it focuses on the populist strategy used by Joko Widodo (Jokowi) and Duterte by analyzing their official accounts' Facebook posts and tweets during Indonesia 2019 and the Philippines 2016 elections' official campaign period. This research uses a mix-method of quantitative and qualitative content analysis. The result shows how both candidates try to show that they are close to the people through direct contacts and provide solutions towards the people's grievances, which correspond with the political and economic contexts in both countries.

Keywords: populist strategy, social media, electoral campaign, Jokowi, Duterte, Indonesia, the Philippines



INTISARI

Media sosial banyak digunakan oleh warga sebagai mode komunikasi dan medium untuk mendapatkan informasi. Seiring dengan berkembangnya media sosial, semakin banyak politisi yang menggunakannya untuk berkomunikasi dengan masyarakat, terutama untuk memobilisasi suara ketika pemilu. Wacana populis menjadi salah satu strategi yang digunakan politisi untuk meningkatkan daya tarik atau membangun basis konstituensi pemilihan suara yang lebih luas. Riset yang ada sekarang mengenai strategi populisme dan media sosial kebanyakan berfokus pada konteks situasi di Barat. Oleh karena itu, skripsi ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena ini di negara-negara Global Selatan yaitu Indonesia dan Filipina. Secara khusus, skripsi ini berfokus pada strategi populis yang digunakan oleh Joko Widodo (Jokowi) dan Duterte melalui analisis postingan dari akun resmi Facebook dan Twitter yang dimiliki Jokowi dan Duterte selama periode kampanye resmi pemilu 2019 di Indonesia dan pemilu 2016 di Filipina. Penelitian ini menggunakan metode campuran analisis konten kuantitatif dan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bagaimana kedua kandidat berusaha memperlihatkan bahwa mereka dekat dengan rakyat melalui kontak langsung dan memberikan solusi terhadap keluhan masyarakat, yang sesuai dengan konteks politik dan ekonomi di kedua negara.

Kata Kunci: strategi populis, media sosial, kampanye pemilu, Jokowi, Duterte, Indonesia, Filipina