

ABSTRAK

Media kampanye telah menjadi instrumen penting selama masa kampanye Pemilihan Umum Mahasiswa Universitas Gadjah Mada 2016. Kandidat dan Partai Mahasiswa saling berusaha untuk memaksimalkan penyebaran pesan kampanye melalui media kampanye yang mereka miliki. Tak heran jika kemudian pesan-pesan kampanye sempat menyesaki tiap-tiap sudut ruang mahasiswa, baik secara fisik maupun maya. Penelitian ini berusaha mengupas strategi pemanfaatan media kampanye oleh kandidat dalam Pemilihan Umum Mahasiswa Universitas Gadjah Mada 2016. Media kampanye milik Partai Bunderan, Partai Sayang Mama, Partai Kampus Biru, dan Partai Boulevard menjadi objek yang kemudian diteliti dengan menggunakan metode studi kasus. Studi dokumentasi, observasi, yang kemudian dilengkapi dengan wawancara menjadi teknik pengumpulan data bagi peneliti. Penelitian disajikan secara deskriptif dan mendalam dengan tujuan agar pembahasan bisa tersusun secara komprehensif dan mendalam. Ditemukan bahwa hampir seluruh kandidat menggunakan strategi pemanfaatan media yang kurang lebih memiliki pola yang sama. Hampir seluruh kandidat memanfaatkan media baru sebagai media utama kampanye. Pesan kampanye secara deskriptif dan kronologis disajikan melalui media tersebut dengan terkadang dibantu menggunakan media lama dan alternatif sebagai media suplemen. Media-media tersebut digunakan dalam tujuannya menjangkau para pemilih, yakni mahasiswa UGM.

Kata kunci: **media kampanye, pemanfaatan media, pemilihan umum mahasiswa universitas gadjah mada 2016, kandidat.**

ABSTRACT

The media campaign had become an important instrument during the 2016 Universitas Gadjah Mada Student General Election campaign. Candidates and Student Parties tried to maximize the spread of campaign messages through their media campaign.. No wonder then later campaign messages had jammed every corner of the student room, both physically and virtual. This research tries to explore the strategy of media campaign utilization by candidate in Universitas Gadjah Mada Student General Election 2016. Media campaign owned by Bunderan Party, Sayang Mama Party, Kampus Biru Party, and Boulevard Party became the object which then examined by using case study method. Documentation study, observation, which then comes with interviews into data collection techniques for researchers. Research is presented in descriptive and in-depth with the aim that the discussion can be compiled comprehensively and deeply. It was found that almost all candidates use media utilization strategies that have more or less the same pattern. Almost all candidates took advantage of new media as the main media campaign. Campaign messages were descriptively and chronologically presented through the media with occasional help using old and alternative media as a supplement medium. These media used in its objective to reach the voters, ie UGM students

Keywords: media campaign, media utilization, Universitas Gadjah Mada Student General Elections 2016, candidate.