

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam peperangan politik di era modern saat ini, media sosial adalah medan perang yang sangat penting, karena media sosial memiliki pengaruh yang sangat besar bagi kehidupan manusia sekarang. Konsumsi berita dan *framing* media yang dapat memanipulasi informasi yang akan mempengaruhi para pemilih yang juga merupakan pengguna media sosial. Sejak awal kemunculannya, media sosial seperti Facebook dan Twitter sebenarnya sudah digunakan untuk kepentingan politik, seperti penggunaannya dalam sarana kampanye politik dalam pemilihan presiden Amerika Serikat 2008 lalu. Seiring berjalannya waktu, perkembangan media sosial sebagai alat kampanye politik semakin gencar digunakan. Penggunaan media sosial sebagai alat kampanye pada pemilihan presiden Amerika Serikat tahun 2016 lalu adalah salah satu contoh bagaimana media sosial berpengaruh sangat penting untuk mempengaruhi pemilih dalam kemengangan Donald Trump sebagai Presiden Amerika Serikat.

Media sosial Twitter digunakan oleh Donald Trump untuk menyampaikan kampanye dan pesan politiknya atau bahkan menanggapi tuduhan yang negatif terhadap dirinya. Akun media sosial Twitter miliknya, yaitu @realDonaldTrump terhitung dari deklarasi pencalonan resminya pada Juni 2015 hingga ia dinyatakan terpilih menjadi presiden Amerika Serikat, Trump sudah mentweet lebih dari 2.000 kali. Dari kicauan tersebut, Trump

dapat berbagi informasi, menyampaikan ide, dan mengomentari beberapa isu tertentu dengan mudah dan gratis kepada *follower*-nya. Meskipun demikian, aktivitas kampanye di media sosial Twitter terbilang tidak sehat, karena diketahui *tweet* yang berhubungan dengan kampanye di media sosial Twitter sebagian besar berasal dari akun otomatis atau bot.

Sementara di Facebook, pola penggunaan Donald Trump hampir sama dengan Twitter, seperti ia menyampaikan ide, berbagi berita atau mengomentari isu-isu tertentu. Tapi terdapat sorotan lain penggunaan media sosial Facebook selama masa kampanye pemilu presiden Amerika Serikat tahun 2016 lalu, yaitu keterlibatan Cambridge Analytica terhadap skandal data pencurian Facebook. Skandal yang diketahui pada Maret 2018 ini yang dirilis oleh The New York Times, The Guardian dan Channel 4 News dan melibatkan Christopher Wyle sebagai mantan karyawan Cambridge Analytica ini seketika menjadi perbincangan hangat di seluruh media, dikarenakan kasus ini baru diketahui setelah proses pemilihan presiden selesai, dan ini menimbulkan kontroversi karena Donald Trump dituduh melakukan kecurangan pada pemilihan presiden Amerika Serikat tahun 2016 lalu.¹ Selain itu, diketahui pula bahwa Donald Trump memanfaatkan media sosial Facebook untuk menyudutkan pesaingnya, yaitu Hillary Clinton dengan berita-berita palsu yang bersumber dari media elektronik.

Donald Trump sangat mendominasi penggunaan media sosial sebagai alat kampanye dibandingkan dengan pesaingnya, Hillary Clinton. Selama

¹ Matthew Rosenberg, Nicholas Confessore dan Carole Cadwalladr (17 Maret 2018), *How Trump Consultants Exploited the Facebook Data of Millions*, diakses dari New York Times <https://www.nytimes.com/2018/03/17/us/politics/cambridge-analytica-trump-campaign.html>, pada 9 September 2019

masa kampanye pun, Donald Trump diketahui tidak memiliki hubungan yang baik dengan media masa cetak seperti The New York Times dan Huffington Post. Beberapa kali Donald Trump mengkritik pemberitaan yang dipublikasikan dari The New York Times di media sosial Twitter nya. Oleh sebab itu, ia hanya fokus melakukan kampanye media sosial saja, media *offline* baginya ialah tidak lebih dari sekedar untuk mengangkat namanya di mata publik Amerika Serikat.

Dalam ruang lingkup media. Maka dari itu, media sosial digolongkan sebagai media baru. Media baru merupakan sebuah terminologi untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung ke dalam jaringan. Media konvensional hanya bersifat komunikasi secara searah dari sumber ke *audience*, sementara media sosial menawarkan komunikasi yang bersifat dua arah atau timbal balik baik itu dari sumber ke *audience* atau sebaliknya. Sementara itu program televisi, film, majalah, buku, surat kabar, dan jenis media cetak lain tidak termasuk bagian dari media baru.²

Donald Trump tahu betul tentang *power* media sosial dalam mempengaruhi pemilih untuk memilihnya, ia seperti tidak mau kehilangan kesempatan untuk memanfaatkan platform gratis media untuk mendapat dukungan dari pemilih. Dia sering menggunakan Twitter dan platform media sosial lainnya seperti Facebook untuk membuat komentar tentang politisi, selebriti, dan berita harian lainnya. Penggunaan media sosial Donald Trump telah menarik perhatian dunia, ia banyak sekali mengeluarkan pernyataan

² Terry Flew (2008), *New Media: An Introduction 2nd Edition*. (Oxford University Press, 2008)

yang salah dan kontroversial di media sosial, tapi sepertinya itu tidak menjadi masalah bagi dirinya. Yang jelas, ia sudah mendapatkan sorotan dari media yang membuat pernyataannya tersampaikan lebih luas, meskipun itu adalah pernyataan salah dan kontroversial sekalipun. Oleh karena itu Donald Trump selalu menyampaikan pernyataan maupun gagasan yang kontroversial melalui media sosial agar menjadi sorotan media. Selain masalah kesadaran, Donald Trump juga memiliki orisinalitas. Gagasan Donald Trump meskipun kontroversial namun itu adalah hasil orisinal dari pemikirannya.

Donald Trump benar-benar memanfaatkan media sosial seperti Twitter dan Facebook untuk melakukan posting-posting dan komentar yang berhubungan dengan program kampanyenya. Dengan media sosial sebagai media publisitas gratis, Trump memanfaatkan media sosial untuk merespon dengan cepat pendukung atau lawan-lawannya dan men-tweet tentang pandangannya pada berbagai isu-isu yang sedang berkembang di Amerika Serikat seperti tentang isu imigran, ekonomi dan politik luar negeri Amerika Serikat.

Donald Trump seringkali menggunakan slogan kampanyenya yaitu "*Make America Great Again*", slogan tersebut dimaksudkan Trump untuk mengembalikan kejayaan Amerika Serikat seperti yang dulu. Dengan bantuan media sosial Twitter dan Facebook, slogan kampanye inilah yang sukses dan berpengaruh besar terhadap kemenangannya di pemilu presiden Amerika Serikat tahun 2016 lalu. Banyak yang menilai slogan ini adalah slogan kampanye yang sangat cocok untuk Amerika Serikat saat itu, karena

mayoritas orang Amerika Serikat percaya bahwa negara ini memang sedang mengalami kemunduran.

Slogan tersebut sepertinya memang sengaja dibuat oleh Donald Trump agar sejalan dengan kebijakan politik luar negeri Amerika Serikat yaitu *America First*. *America First* mengacu pada kebijakan luar negeri di Amerika Serikat yang umumnya menekankan nasionalisme Amerika, unilateralisme, proteksionisme, dan isolasionisme. Ini pertama kali menjadi terkenal pada periode antar perang dan diadvokasi oleh Komite Pertama Amerika, kelompok penekan non-intervensi terhadap masuknya AS ke dalam Perang Dunia II.³ Kebijakan ini pun akhirnya secara resmi menjadi salah satu kebijakan luar negeri Amerika Serikat setelah Donald Trump menjadi presiden Amerika Serikat.⁴

Dengan slogan kampanye *Make America Great Again*, Trump melalui media sosial mencoba untuk mempengaruhi pemilih tentang visi kedepan Amerika Serikat melalui kebijakan *America First* yang menjadi bahasan kampanye utamanya. Trump menjelaskan jika ia terpilih menjadi presiden Amerika Serikat, ia akan menempatkan kepentingan nasional Amerika pada urutan teratas. Melalui kebijakan *America First*, Trump berpendapat mengenai isu-isu yang akan menjadi proiritas utama ketika ia menjadi Presiden seperti isu tentang imigrasi, ekonomi dan politik global Amerika

³ Ruth Sarles (2003), *A Story of America First: The Men and Women who Opposed U.S. Intervention in World War II*, (Greenwood Publishing Group)

⁴ Whitehouse.gov (2016), *President Donald J. Trump's Foreign Policy Puts America First*, diakses dari <https://www.whitehouse.gov/briefings-statements/president-donald-j-trumps-foreign-policy-puts-america-first/>, pada 15 November 2019

Serikat dari sudut pandang kepentingan nasional Amerika Serikat yang lebih realistis dari kebijakan sebelumnya.

Dilihat dari sudut pandang secara praktis dan akademis, Pemilihan Presiden Amerika Serikat 2016 merupakan sebuah kajian yang menarik karena terdapat banyak sekali skandal dan kontroversi yang terjadi di balik peristiwa tersebut. Dari sudut pandang secara praktis bagi masyarakat internasional, Amerika Serikat adalah kiblat dan contoh bagi negara-negara demokrasi di seluruh dunia. Sementara bagi masyarakat Amerika Serikat sendiri, Pemilihan Presiden Amerika Serikat 2016 adalah sebuah penentuan arah dan kebijakan baru tentang apa yang akan menjadi fokus bagi Amerika Serikat. Arah dan kebijakan baru ini dapat dilihat pada saat pidato pelantikan Presiden setelah terpilih. Misalnya Presiden Kennedy pada pidato pelantikannya tahun 1961 menyatakan komitmennya pada hak-hak azasi manusia di dalam negeri dan seluruh dunia.⁵

Oleh sebab itu, media sosial seperti Twitter dan Facebook adalah alat yang ampuh untuk menggiring dan membuat opini terhadap isu-isu tertentu, Donald Trump menggunakan media sosial sebagai alat kampanye pemilihan presiden 2016 lalu, dan itu berjalan dengan sangat baik sampai ia akhirnya memenangkan pemilu dan menduduki kursi kepresidenan Amerika Serikat.

Menurut Manuel Castells, dikutip dari Rahma Sugiarti, dikatakan bahwa kemajuan teknologi informasi telah menyediakan dasar materi bagi perluasan pervasive dari apa yang disebut bentuk jejaring sosial dari

⁵ Larkin, Felix. M, 2013. Was JFK a Great American President? Studies: An Irish Quartely Review, Vol.102,,No.407, 2018)

organisasi dalam setiap keadaan struktur sosial.⁶ Pervasive adalah suatu bentuk dimana teknologi telah menyatu terhadap pemakai teknologi dan lingkungannya sehingga teknologi tersebut bukan suatu hal yang khusus. Bisa dikatakan teknologi tersebut sudah menjadi bagian dalam hidupnya. Di era modern saat ini, media sosial sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat.

Media sosial menyediakan jaringan (network) yang memungkinkan komunikasi berjalan pada level struktur manapun, kesemua arah, dan tanpa perlu diwakilkan. Dengan adanya jaringan yang disediakan media sosial, maka penyampaian pesan atau informasi dapat dilakukan ke semua lapisan masyarakat dimanapun, kapanpun, dan saling menghubungkan satu sama lain.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian yaitu: apa saja faktor-faktor yang berhasil memengaruhi pemilih untuk memilih Donald Trump pada pemilihan presiden Amerika Serikat tahun 2016?

⁶ Rahma Sugiharti, *Perkembangan Masyarakat Informasi & Teori Sosial Kontemporer*, (Kencana Prenadamedia Group, 2014)

1.3 Kerangka Berfikir yang Digunakan

Voting Behavior (Perilaku Pemilih)

Perilaku memilih secara sederhana bisa didefinisikan sebagai keputusan seorang pemilih dalam memberikan suara kepada kandidat atau partai tertentu baik dalam pemilihan anggota legislatif maupun eksekutif dengan berbagai pertimbangan. Menurut Plano dalam Kamus Analisa Politik, perilaku pemilih adalah suatu studi yang memusatkan diri pada bidang yang menggeluti kebiasaan atau kecenderungan pilihan rakyat dalam pemilihan umum, serta latar belakang mengapa mereka melakukan pemilihan itu.⁷ Dalam kaitannya mengenai penelitian ini, maka persoalannya adalah mengapa pemilih memilih Donald Trump atau mengapa pemilih tidak memilih Hillary Clinton?

Mengenai teori perilaku pemilih, Dieter Roth mengatakan bahwa tidak ada satupun teori yang benar secara absolut tentang teori perilaku pemilih. Namun Dieter juga mengatakan ada 3 model atau mazhab yang digunakan dalam studi perilaku pemilih, yaitu model sosiologis, model psikologis dan model pilihan rasional.⁸ Namun untuk menyesuaikan penelitian, penulis hanya menggunakan model pilihan rasional.

Model pilihan rasional ini pertama kali diperkenalkan oleh Anthony Downs. Dalam konteks pemilu, teori ini pada dasarnya menekankan pada motivasi individu untuk memilih atau tidak memilih dan memilih berdasarkan

⁷ Jack C. Plano dkk. *Kamus Analisa Politik*. (Rajawali Press, 1985)

⁸ RR. Amalia Yustiningrum dan Wawan Ichwanudin, (2015). “*Partisipasi Politik dan Perilaku Memilih pada Pemilu 2014*”. Pusat Penelitian Politik, Lembaga Penelitian Indonesia, hal. 3

perhitungan mengenai keuntungan yang diakibatkan dari keputusan yang dipilih dan juga faktor-faktor jangka panjang dan jangka pendek terhadap pemilih.

Jika dilihat dari masalah jangka panjang dan jangka pendeknya, terdapat dua pendekatan dalam memilih (*voting*), yaitu *prospective voting* dan *retrospective voting*. *Prospective voting* ialah dimana warga negara memberi suara untuk kandidat atau partai yang membuat janji akan melaksanakan kebijakan yang menguntungkan pemilih (*policy oriented*), sedangkan *retrospective voting* dimana pemilih memberikan suara berdasarkan performa atau penampilan partai dimasa lalu (*result oriented*).

Donald Trump meskipun ia sering dikenal sebagai sosok yang kontroversial, namun ia berhasil membuat pendukungnya yakin terhadap program-program yang ia tawarkan. Trump juga sangat konfiden terhadap kemampuannya untuk memperbaiki ekonomi dan kesejahteraan rakyat Amerika Serikat, dilihat dari latar belakangnya yang merupakan seorang pengusaha. Selain itu program kebijakan Donald Trump mengenai politik luar negeri dan permasalahan domestik yang dihadapi oleh Amerika dinilai lebih realistis untuk diterapkan dan dicapai daripada program yang diusung oleh Hillary. Slogan kampanye *Make America Great Again* dan program kebijakan *America First* yang dikampanyekan Trump di media sosial berhasil memengaruhi pemilih untuk memilihnya mengingat mayoritas besar orang Amerika menganggap bahwa Amerika Serikat sedang mengalami kemunduran atau yang biasa dianggap sebagai *American Decline*.

Dilihat dari *result oriented*, jika Hillary Clinton yang terpilih menjadi presiden, banyak pihak yang memprediksi bahwa Hillary akan meneruskan kebijakan-kebijakan pada masa Barrack Obama terdahulu yang dinilai merugikan Amerika Serikat seperti lemahnya kontrol penggunaan senjata bagi warga sipil, undang-undang kesehatan atau Obamacare yang bermasalah dan politik luar negeri yang tidak menguntungkan Amerika Serikat. Maka dari itu, dengan memilih Donald Trump diharapkan permasalahan-permasalahan tersebut tidak terulang kemudian.

Selain pengaruh jangka panjang dan pendek, di dalam model pilihan rasional ini, terdapat juga 2 pendekatan dalam kaitannya terhadap isu-isu yang sedang berkembang, yaitu *spatial issues* dan *valence issues*. *Spatial issues* adalah masalah atau isu yang memiliki berbagai macam kemungkinan atau pilihan dimana kelompok atau partai memiliki posisi atau tujuan yang saling bertentangan. Contohnya adalah dalam mengatasi masalah keamanan nasional di Amerika Serikat, Donald Trump membuat program kebijakan untuk melakukan *travel ban* terhadap negara-negara tertentu yang dinilai mengancam, sedangkan Hillary tidak ingin menerapkan kebijakan tersebut. Sementara *valence issues* tidak menyangkut perbedaan tujuan hanya saja untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan cara yang berbeda. Sebagai contoh Partai Demokrat dan Partai Republik pasti sepakat untuk menjalankan pemerintahan yang transparan, tetapi masing-masing partai akan memiliki jalan yang berbeda mengenai bagaimana transparansi tersebut dicapai.

Selain perilaku pemilih model pilihan rasional, perilaku media massa juga memengaruhi proses kemenangan Donald Trump pada pemilu tahun

2016 lalu. Perilaku media massa di Amerika Serikat yang partisan dan secara terang-terangan mendukung kandidat tertentu membuat masyarakat di Amerika Serikat lebih memilih media sosial sebagai alat sumber utama dalam menentukan pemilihan. Contohnya adalah Fox News Channel yang berideologi konservatif secara konsisten mendukung Partai Republik. Maka dari itu Fox News Channel banyak menyuarakan kepentingan politik Donald Trump dan cenderung menyudutkan Hillary Clinton di masa kampanye. Menurut survei terhadap 3.760 orang dewasa Amerika Serikat oleh Pew Research Center, 35 persen orang yang berusia 18 hingga 29 tahun mengatakan media sosial adalah sumber informasi paling membantu tentang pemilihan presiden 2016.⁹

Yang menjadi masalah adalah karena penggunaan media sosial yang sangat bebas dan tanpa adanya kontrol, secara tidak sadar hal ini malah menimbulkan polarisasi yang kuat antara masing-masing pendukung kandidat baik itu yang pro atau kontra terhadap Donald Trump dan Hillary Clinton atau Partai Demokrat dan Partai Republik. Oleh sebab itu jika kita melihat media sosial pada masa kampanye dahulu banyak sekali ujaran kebencian yang timbul pada saat masa kampanye antara masing-masing pendukung kandidat dan partai politik. Hal ini diperparah dengan cuitan-cuitan Donald Trump yang kontroversial di Twitter yang membuat panas media sosial.

⁹ Matt Kapko (20 September 2016), *How Social Media is Shaping the 2016 Presidential Election*, diakses dari CIO Magazine <https://www.cio.com/article/3125120/how-social-media-is-shaping-the-2016-presidential-election.html>, pada 9 September 2019

Dalam sejarah pemilu presiden Amerika Serikat, jajak pendapat dan survei dilakukan menjelang beberapa hari sebelum pemilu biasanya sudah bisa diketahui siapa yang akan memenangkan pemilu presiden tersebut. Namun di tahun 2016, belum ada yang bisa meyakinkan kubu Donald Trump atau Hillary Clinton yang akan memenangi pemilihan. Karena keadaan yang berimbang, perdebatan kedua kandidat pada akhir-akhir waktu menjelang pemilihan justru banyak mengangkat isu-isu personal yang selama ini jarang terjadi dalam persaingan politik Amerika. Hal inilah yang kemudian menjadi gaduh di media sosial dan banyak menimbulkan fitnah, *hoax*, pemberitaan yang bias, propaganda, *black campaign* dan sejenisnya dengan tujuan untuk menyudutkan kandidat tertentu.¹⁰

Meskipun kedua kandidat sama-sama menggunakan media sosial sebagai alat kampanye, namun Donald Trump menggunakan media sosial lebih berani dan provokatif dibandingkan dengan Hillary Clinton. Donald Trump tahu betul tentang *power* media sosial dalam mempengaruhi pemilih untuk memilihnya, ia seperti tidak mau kehilangan kesempatan untuk memanfaatkan platform gratis media untuk mendapat dukungan dari pemilih. Dia sering menggunakan Twitter dan platform media sosial lainnya seperti Facebook untuk membuat komentar tentang politisi, selebriti, dan berita harian lainnya. Tidak hanya di Amerika saja, penggunaan media sosial Donald Trump telah menarik perhatian dunia, ia banyak sekali mengeluarkan pernyataan yang salah dan kontroversial di media sosial, tapi sepertinya itu

¹⁰ Teguh Yuwono, “*Perilaku Politik Pemilih Amerika*”, Suara Merdeka Tahun 67 No.262, 8 November 2016, hal. 7

tidak menjadi masalah bagi dirinya. Yang jelas, ia sudah mendapatkan sorotan dari media yang membuat pernyataannya tersampaikan lebih luas, meskipun itu adalah pernyataan salah dan kontroversial sekalipun. Oleh karena itu Donald Trump selalu menyampaikan pernyataan maupun gagasan yang kontroversial melalui media sosial agar menjadi sorotan media.

Donald Trump benar-benar memanfaatkan media sosial seperti Twitter dan Facebook untuk melakukan posting-posting dan komentar yang berhubungan dengan program kampanyenya. Dengan media sosial sebagai media publisitas gratis, Trump memanfaatkan media sosial untuk merespon dengan cepat pendukung atau lawan-lawannya dan men-tweet tentang pandangannya pada berbagai isu-isu yang sedang berkembang di Amerika Serikat seperti tentang isu imigran, ekonomi dan politik luar negeri Amerika Serikat.

1.4 Hipotesa

Berdasarkan latar belakang, permasalahan, dan kerangka teori tersebut, maka dapat ditarik suatu hipotesis bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi Kemenangan Donald Trump dalam pemilihan presiden Amerika Serikat karena:

- a. Slogan kampanye *Make America Great Again* dan program kebijakan luar negeri *America First* yang direncanakan oleh Donald Trump memiliki peranan yang penting dalam menentukan pilihan politik seorang pemilih, karena pemilih melakukan penilaian dengan

berdasarkan pertimbangan-pertimbangan yang rasional bagi mereka, sehingga pada akhirnya mereka memilih Donald Trump.

- b. Keberpihakan media massa membuat masyarakat beralih ke media sosial. Hal inilah yang dimanfaatkan oleh Donald Trump untuk dapat memperoleh dukungan masyarakat dengan cara menyampaikan program kerja serta mengangkat isu-isu penting dan bagi masyarakat. Cara penyampaian materi serta program kerja yang meyakinkan juga dapat mempengaruhi pemilih untuk memilihnya.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Tipe Penelitian

Melalui penelitian ini, penulis menggunakan penelitian deskriptif di mana metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan peran dan pengaruh media sosial dalam kemenangan Donald Trump pada pemilihan presiden Amerika Serikat tahun 2016 lalu yang didasari oleh kerangka berfikir yang sudah dibuat.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang penulis gunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari berbagai literatur dan kajian pustaka yang diperoleh dari berbagai sumber.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah studi pustaka (*Library Search*) yaitu dengan cara mengumpulkan data dari literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dibahas, dan kemudian menganalisisnya. Literatur tersebut meliputi buku, dokumen, jurnal-jurnal, skripsi, tesis, dan artikel-artikel internet ataupun laporan-laporan yang berkaitan dengan permasalahan yang akan penulis teliti.

1.5.4 Jangkauan Penelitian

Untuk membatasi fokus pembahasan dalam penelitian ini agar tetap *in line* dengan judul yang telah disajikan, maka penulis menganalisis tentang media sosial yang mempengaruhi kemenangan Donald Trump pada pemilu Amerika Serikat tahun 2016. Penulis memfokuskan batasan waktu pada saat Donald Trump mencalonkan diri sebagai kandidat presiden pada tahun 2016, sampai ia menjabat menjadi Presiden Amerika Serikat pada tahun awal 2017, namun karena dampak kontroversi dan skandal yang ditimbulkan media sosial sampai beberapa tahun kedepan, maka penulis memperluas waktu jangkauan penelitian sampai pertengahan 2017.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Bagian bab ini berisi penulisan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian yang terdiri dari batasan penelitian dan batasan waktu, landasan teori dan kerangka pemikiran metode penelitian, teknik analisis data, teknik pengumpulan data, jenis dan sumber data, tipe penelitian, hipotesa serta sistematika penulisan.

BAB II: PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI ALAT KAMPANYE DALAM SEJARAH PEMILU AMERIKA SERIKAT

Bab ini berisi gambaran atau informasi tentang penggunaan media sosial sebagai alat kampanye politik pada pemilu presiden Amerika Serikat, kontroversi dan skandal yang melibatkan media sosial Facebook dan twitter.

BAB III: AMERICA FIRST DAN STRATEGI KAMPANYE DONALD TRUMP DI MEDIA SOSIAL

Bab ini menjelaskan tentang bagaimana Donald Trump lewat slogan kampanye “Make America Great Again“ menjelaskan tentang America First dan pandangan politiknya terhadap isu-isu yang sedang berkembang di Amerika Serikat lewat media sosial Facebook dan Twitter.

BAB IV: PERAN SOSIAL MEDIA DALAM MEMPENGARUHI PERILAKU PEMILIH

Bab ini berisi penjelasan dan pembahasan tentang bagaimana media sosial mempengaruhi kemenangan Donald Trump pada pilpres Amerika Serikat pada tahun 2016.

BAB V: KESIMPULAN

Bagian ini merupakan kesimpulan akhir dari keseluruhan pembahasan penulisan skripsi.

1.7 Penelitian Terdahulu dan Kontribusi Penelitian

Penelitian terdahulu yang penulis gunakan untuk membantu penulisan ini ditulis oleh Cintantya Rashta pada tahun 2017 dengan mengambil judul “Kampanye Donald Trump melalui Twitter Mengenai Imigrasi dalam Pemenangan Presiden Amerika Serikat 2016”. Permasalahan yang dibahas pada penelitian tersebut adalah bagaimana kampanye Donald Trump di Twitter mengenai imigrasi yang berdampak terhadap kemenangannya terhadap pemilu tahun 2016. Metode penulisan yang dilakukan sama dengan yang dilakukan oleh penulis dengan menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pengambilan sumber yang berasal dari berbagai macam literatur dan kajian pustaka. Yang menjadi pembeda adalah isu yang dibahas, yaitu mengenai isu imigrasi sedangkan penulis menggunakan isu yang lebih luas yang mencakup isu-isu domestik di Amerika Serikat maupun isu internasional. Selain itu, penelitian yang ditulis oleh Cintantya Rashta cenderung menekankan media massa sebagai sebagai subjek penelitiannya dalam menulis sebagai landasan teori, yaitu menggunakan teori propaganda. Sementara penulis menggunakan teori *voting behaviour* (perilaku pemilih) sebagai landasan teori dalam menentukan proses pemenangan Donald Trump terhadap pemilu tahun 2016.

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dan juga bermanfaat secara praktis baik bagi mahasiswa prodi Ilmu Hubungan

Internasional atau prodi lain dalam proses penelitian skripsi yang berkaitan dengan penggunaan media sosial dan kaitannya mengenai politik Amerika Serikat. Hasil penelitian ini juga juga berkaitan erat mengenai teori perilaku pemilih (*voting behaviour*) yang sangat berhubungan dengan proses pemilu. Adapun penulisan skripsi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada penulis dan pembaca dalam menambah wawasan dan pengetahuan.