



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Program Studi Broadcasting  
Nur Hasanah  
44116010048

Pengaruh Kampanye Hitam Di media Sosial *Instagram* Terhadap Citra Politik Paslon 01 Pada Pemilih Pemula Di Pilpres 2019.

Jumlah Halaman : xiv+ 97 halaman+ 9 lampiran

Bibliografi : 21 acuan, 6 website

## ABSTRAK

Pilpres 2019 adalah arena perseteruan politik antara Prabowo dan Jokowi dalam perebutan kursi presiden, dan semakin menarik dengan beragam kampanye-kampanye yang mereka lakukan. Kampanye Hitam (*Black Campaign*) adalah kampanye untuk menjatuhkan lawan politik melalui isu-isu yang tidak berdasar. Metode yang digunakan biasanya desas-desus dari mulut ke mulut dan sekarang ini telah memanfaatkan kecanggihan teknologi, multimedia dan media massa. Penelitian ini menggunakan Teori uses and efect merupakan sintesis dari teori sebelumnya. Asumsi dasar dari teori ini lebih menekankan bagaimana penggunaan media menghasilkan banyak efek terhadap suatu individu sejalan dengan teori ini, peneliti meneliti Pengaruh kampanye hitam di media sosial terhadap citra politik paslon 01 pada pemilih pemula di pilpres 2019.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian deskritif. Metode yang digunakan yaitu menggunakan metode survey dengan kuisioner sebagai instrumen utama untuk mendapatkan informasi dari sejumlah responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat probabilitas sebesar 0,078 yakni jauh lebih besar dari nilai taraf signifikansi sebesar 0,05 (taraf signifikansi  $\alpha = 5\%$ ) yang berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, atau dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kampanye hitam di media sosial terhadap citra politik paslon 01 pada pemilih pemula di pilpres 2019, dengan angka korelasi sebesar 0,313 yang menunjukkan bahwa tingkat hubungan (korelasi) pada penelitian ini tergolong korelasi lemah, positif dan searah.

Kata kunci : Kampanye hitam,Pemilih Pemula,Media Sosial



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Program Studi Broadcasting  
Nur Hasanah  
44116010048

*The Influence of Black Campaigns on Instagram Social Media Against Political Image of Candidate 01 in Beginner Voters in 2019 Presidential Election.*  
Number of Pages: xiv + 97 pages + 9 attachments  
Bibliography: 21 references, 6 websites

## ABSTRACT

*The 2019 presidential election was an arena of political feud between Prabowo and Jokowi in the race for the presidency, and was increasingly interesting with the various campaigns they carried out. The Black Campaign (Black Campaign) is a campaign to bring down political opponents through unfounded issues. The method used is usually hearsay from mouth to mouth and now it has utilized technological sophistication, multimedia and mass media. This research uses theory of using and effectively constituting a synthesis of previous theories. The basic assumptions of this theory about the use of media yielded more than individuals with this theory, the researchers examined the black campaign on social media on the political image of candidate pair 01 in the budding voters in the 2019 presidential election.*

*This research uses quantitative research with descriptive type. The method used is to use a survey method with a questionnaire as the main instrument to get information from some respondents. The results of this study indicate that 0.078 is much greater than the value of the significance level of 0.05 (significance level  $\alpha = 5\%$ ) which means that  $H_0$  is accepted and  $H_a$  is rejected, or it can be denied related in social media to the political image of candidate pair 01 on Novice voters in the 2019 presidential election, with a consideration rate of 0.313 which indicates the level of relationship in this study is relatively weak, positive and unidirectional.*

*Keywords:* Black campaign, Beginner Voters, Social Media