

ABSTRAK

Deniati Damanik (01043210082)

KAMPANYE DONALD TRUMP MELALUI MEDIA SOSIAL: STUDI KASUS ISLAMOFobia DAN UPAYA PENANGANANNYA DI AMERIKA SERIKAT (2016-2021)

(xvi + 106 halaman: 6 gambar)

Kata Kunci: Donald Trump, Islamofobia, Kampanye, Media Sosial, Retorika.

Islamofobia telah mewarnai dunia perpolitikan Amerika Serikat, terlebih pada masa kampanye pemilihan calon presiden AS tahun 2016. Pasalnya, kandidat dari partai Republik, Donald Trump, telah mengembangkan narasi Islamofobia dalam retorika politiknya dengan tujuan meraih dukungan masyarakat Amerika Serikat, melalui pernyataannya “*I think Islam hate us*” dan *total and complete shutdown of Muslims entering the U.S.* Hal ini mengakibatkan timbulnya tindakan diskriminasi hingga pelanggaran HAM terhadap komunitas Muslim di Amerika, terlebih di platform media sosial. Oleh karena itu, penelitian ini berpusat pada analisis kampanye Islamofobia selama pemerintahan Presiden Donald Trump, dengan menyoroti peranan media sosial dalam menyebarkan narasi anti-muslim. Penelitian ini juga akan mengidentifikasi apa saja dampak dari kampanye Islamofobia melalui media sosial, yang dialami oleh Muslim Amerika bahkan Muslim secara global. Kerangka berpikir dalam penelitian ini menggunakan teori Konstruktivisme, dengan konsep Orientalisme, Islamofobia dan politik identitas, media sosial sebagai sarana kampanye digital dalam konteks politik, dan peran masyarakat dan pemerintah terhadap fenomena Islamofobia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, serta data yang digunakan diperoleh melalui analisis konten media sosial Donald Trump, dan studi kepustakaan. Selain itu, penelitian ini juga mengeksplorasi upaya penanganan yang dilakukan oleh pemerintah, lembaga internasional, dan komunitas Muslim. Penelitian ini menemukan bahwa retorika Trump di media sosial secara signifikan memengaruhi pandangan publik secara kolektif. Media sosial berperan besar dalam memperluas jangkauan narasi Islamofobia, terutama ketika Trump menyatakan *Islam hate us*, semakin memperkuat stereotip negatif terhadap komunitas Muslim. Hasil penelitian memberikan kontribusi dalam memahami dinamika Islamofobia dan menjadi dasar bagi langkah-langkah konkret untuk menciptakan masyarakat yang lebih inklusif dan toleran.

Referensi: 22 buku + 23 jurnal + 14 konten media sosial + 25 sumber daring

ABSTRACT

Deniati Damanik (01043210082)

DONALD TRUMP'S CAMPAIGN THROUGH SOCIAL MEDIA: A CASE STUDY OF ISLAMOPHOBIA AND ITS MANAGEMENT IN THE UNITED STATES (2016-2021)

(xvi + 106 pages: 6 figures)

Keywords: Donald Trump, Islamophobia, Campaign, Social Media, Rhetoric.

Islamophobia has colored the political landscape of the United States, particularly during the 2016 U.S. presidential election campaign. This issue gained prominence when the Republican candidate, Donald Trump, incorporated Islamophobic narratives into his political rhetoric to garner support from the American, through his statement “*I think Islam hate us*” and *total and complete shutdown of Muslims entering the U.S.* Consequently, his approach led to discriminatory actions and human rights violations against the Muslim community in United States, especially on social media platforms. This thesis focuses on analyzing Islamophobic during President Donald Trump’s campaign, emphasizing the role of social media in disseminating anti-muslim narratives. It also seeks to identify the impacts of Islamophobic campaign on social media, experiences not only by American Muslim but also by Muslim globally. This thesis adopt the Constructivism theory framework, incorporating concepts of Islamophobia and identity politics, social media as a tool for digital campaigns in a political context, and the role of civil society to combat Islamophobia. This thesis employs a qualitative approach using the case study method, with data obtained through content analysis of Donald Trump’s social media posts and a review of relevant literature. Furthermore, this thesis also explores the role of government, international organizations, and Muslim communities to combat Islamophobia in United States. The findings reveal that Trump's rhetoric on social media significantly influenced collective public perceptions. Social media played a pivotal role in amplifying Islamophobic narratives, especially when Trump stated “*Islam hate us*”, and reinforcing negative stereotypes about the Muslim community. The results of this research are contribute to a deeper understanding of the dynamics of Islamophobia and serve as a foundation for concrete steps toward creating a more inclusive and tolerant society.

References: 22 books + 23 journal + 14 social media contents + 25 online source