

**STRATEGI *POLITICAL PUBLIC RELATIONS* CALON GUBERNUR
DKI JAKARTA 2017-2022 ANIES BASWEDAN DALAM
MENGANTISIPASI PEMBERITAAN MEDIA MASSA SELAMA MASA
KAMPANYE**

(Studi pada Kompas.com)

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



MUHAMMAD YUSUF

1131003034

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA

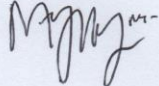
2017

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar**

Nama : Muhammad Yusuf

NIM : 1131003034

Tanda Tangan : 

Tanggal : 18 Agustus 2017

HALAMAN PENGESAHAN

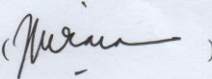
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Yusuf
NIM : 1131003034
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Strategi *Political Public Relations* Calon Gubernur DKI Jakarta
2017/2022 Anies Baswedan Dalam Mengantisipasi Pemberitaan Media
Massa Selama Masa Kampanye (Studi pada Kompas.com)

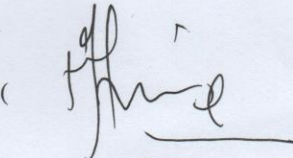
Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian pesyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

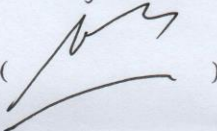
Pembimbing 1 : Mirana Hanathasia, S.Sos., MMediaPrac

()

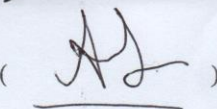
Pembimbing 2 : Ari Kurnia, M.ILKOM

()

Penguji 1 : Dr. Tuti Widiastuti, M.Si

()

Penguji 2 : Anastasya Andriarti, S.Sos, M.Si

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 05 September 2017

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah berkenan memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu. Penulisan tugas akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sulit bagi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Orang tua dan kakak-kakak penulis yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan serta semangat sejak pertama kali penulis masuk ke Universitas Bakrie.
2. Mirana Hanathasia, S.Sos MMediaPrac dan Ari Kurnia, M.Ikom selaku dosen pembimbing tugas akhir yang senantiasa memberikan bimbingan, saran, kritik, arahan, dan semangat dalam penyusunan tugas akhir ini.
3. Dr. Tuti Widiastuti, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing akademik sekaligus dosen penguji tugas akhir yang telah memberikan masukan yang berharga dalam menyempurnakan penyusunan tugas akhir ini.
4. Uno! Bion Lovia Tatcha, Gladys Arini, Nabellahaq, Syima, Gladys Calista, Andina Luthfah, Fika Fauziati yang selalu bersama dengan penulis dari awal masa perkuliahan sampai akhir, bertukar cerita sedih dan bahagia.
5. Rainy Syafitri Indahsari, *used to be 24/7 friend*, *EDS everlasting mate*, satu-satunya *batch* 2013 di EDS yang selalu bersama penulis dari awal sampai sekarang. Tempat bertukar semua cerita dan drama dalam hidup penulis semasa perkuliahan. *All the best for our everlasting friendship. Thank you for existing.*
6. Ranitania Yohana Astari, Arie Trifiantie, dan Oktafia Rachmawati, *favorite senior all the time!* Senior yang selalu memberikan motivasi, pengalaman hidup, bertukar cerita dan drama, serta kenangan yang berarti untuk penulis. *Thank you for being in this world.*
7. Fika Fauziati, Andina Luthfah, dan Difa Ayundi, Syandra Monica teman-teman PR terdekat penulis untuk bertukar cerita, pikiran dan yang selalu ada untuk penulis baik di perkuliahan dan di luar aktivitas perkuliahan.

8. *EDS Squad, pool of bright, smart and wonderful people. The only place where I can shout whatever on my mind. The knowledges, experiences, and friendship that I got is more precious than anything.*
9. Fendi Ramadhan dan Iman Khalil, teman kampus bareng dan pulang bareng penulis yang selalu memberikan cerita baru setiap kali bertemu. *All the stories are kept in the bank of memories.*
10. Keluarga Komunal, khususnya Komunal 2013 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih telah menemani dan memberikan warna hari-hari penulis selama empat tahun masa perkuliahan.
11. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan tugas akhir ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga tugas akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 18 Agustus 2017

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Yusuf
NIM : 1131003034
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas **Royalti Noneklusif (Non-Exclusive Royaty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Strategi *Political Public Relations* Calon Gubernur DKI Jakarta 2017-2022 Anies Baswedan Dalam Mengantisipasi Pemberitaan Media Massa Selama Masa Kampanye (Studi pada Kompas.com)”

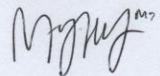
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademik.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 18 Agustus 2017

Yang menyatakan,



Muhammad Yusuf

**STRATEGI *POLITICAL PUBLIC RELATIONS* CALON GUBERNUR DKI JAKARTA
2017-2022 ANIES BASWEDAN DALAM MENGANTISIPASI PEMBERITAAN
MEDIA MASSA SELAMA MASA KAMPANYE**

(Studi pada Kompas.com)

Muhammad Yusuf

ABSTRAK

Sebagai calon Gubernur DKI Jakarta untuk periode 2017-2022, Anies Baswedan merupakan salah satu kandidat yang cukup menyita perhatian publik. Pasalnya, Anies yang sebelumnya adalah Menteri Pendidikan dan Budaya di Indonesia sempat terkena perombakan Kabinet Kerja di masa Presiden Jokowi sehingga menyebabkan Anies Baswedan diberhentikan di tengah-tengah masa jabatannya. Sebagai hasilnya, Anies memiliki rekam jejak sebagai “mantan Menteri” yang cukup terekspos di media dan masyarakat. Tentunya ini menjadi reputasi tersendiri bagi Anies Baswedan di mata masyarakat maupun media. Penelitian ini membahas tentang bagaimana praktisi *public relations* dalam ranah politik dapat menjalankan strategi *political public relations* yang ditinjau dari teori Brian McNair dalam mengantisipasi berita terkait dengan isu reputasi Anies Baswedan sebagai “mantan Menteri” yang mana referensi berita akan diambil dari Kompas.com. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan strategi *political public relations* oleh tim media Anies Baswedan dinilai cukup baik dalam melakukan hubungan dengan media maupun memperbaiki reputasi individu. Tidak hanya itu, tim media Anies Baswedan juga cukup mengintegrasikan *trend* di masyarakat agar strategi berjalan dengan efektif.

Kata kunci: *Political Public Relations, Media Relations, Reputasi.*

**STRATEGI *POLITICAL PUBLIC RELATIONS* CALON GUBERNUR DKI JAKARTA
2017-2022 ANIES BASWEDAN DALAM MENGANTISIPASI PEMBERITAAN
MEDIA MASSA SELAMA MASA KAMPANYE**

(Studi pada Kompas.com)

Muhammad Yusuf

ABSTRACT

As a candidate for DKI Jakarta Governor for the period 2017-2022, Anies Baswedan is one of the candidates who catch the public's attention. Anies who previously was the Minister of Education and Culture in Indonesia was reshuffled from the "Kabinet Kerja" in the era of Joko Widodo Presidency, causing Anies Baswedan dismissed in the middle of his incumbency. As a result, Anies has a track record as a "former Minister" who is quite exposed in the media and society. The issue surely becomes a reputation for Anies Baswedan in the eyes of society and the media. This study discusses how public relations practitioners in the political sphere can carry out political public relations strategy by implementing Brian McNair's theory in anticipating news related to the reputation issue of Anies Baswedan as "ex-Minister" in which news references will be taken from Kompas.com. The results of this study indicate that the use of political strategy by Anies Baswedan media team considered good enough in doing relationship with media and improve individual reputation. Not only that, the Anies Baswedan media team also integrated the trend in the community for the strategy to run effectively.

Keywords: Political Public Relations, Media Relations, Reputation.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya	9
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran	24
2.2.1 Pengertian Strategi	24
2.2.2 <i>Political Public Relations</i>	25
2.2.3 <i>Media Monitoring</i>	27
2.2.4 Pengertian Berita.....	30

2.2.5 Media Massa	33
2.3 Kerangka Pemikiran	35
BAB III: METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Metode Penelitian	38
3.2 Objek Penelitian	39
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	40
3.3.1 Sumber Data Primer dan Sekunder	39
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	41
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	50
3.5 Teknik Analisis Data	52
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	55
3.7 Keterbatasan Penelitian	57
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	59
Anies Baswedan	59
4.2 Hasil Penelitian	62
4.2.1 <i>Media Monitoring</i> : Gambaran Anies Baswedan di Kompas.com Periode Januari – April 2017.....	62
4.2.2 Manajemen Media.....	66
4.2.3 Pengelolaan Citra.....	72
4.2.4 Komunikasi Internal Organisasi.....	76
4.2.5 Manajemen Informasi.....	77
4.3 Pembahasan.....	80
4.3.1 Pemanfaatan Strategi People Relations Dalam Konteks Media Relations.....	80

4.3.2 Kampanye “OKE-OCE” dan Penggunaan Opinion Leader Kurang Menunjukkan Kapabilitas Anies Baswedan Sebagai Gubernur.....	83
4.3.3 Pemanfaatan Aplikasi Messenger Membentuk Komunikasi yang Efisien.....	89
4.3.4 Media Sosial Berperan Penting dalam Penyebaran Informasi dari Internal ke Eksternal.....	90
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	94
5.1 Kesimpulan	94
5.2 Saran	95
5.2.1 Saran Akademis	95
5.2.2 Saran Praktis	96

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Penulisan Sebelumnya	13
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	50
Tabel 4.1 Penayangan Artikel Januari – April 2017	63
Tabel 4.2 Nada Pemberitaan Berdasarkan Penempatan Berita	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Berita Kompas.com	2
Gambar 1.2 Infografis Pengguna Internet Indonesia Tahun 2016.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	37
Gambar 3.1 Naufal Firman Yursak.....	43
Gambar 3.2 Dedi Kurnia Syah Putra.....	44
Gambar 3.3 Abdul Rohman	45
Gambar 3.4 Peringkat Detik.com di Indonesia	47
Gambar 3.5 Peringkat Kompas.com di Indonesia	47
Gambar 3.6 Peringkat Viva.co.id di Indonesia	48
Gambar 3.7 Peringkat Okezone.com di Indonesia	48
Gambar 3.8 Peringkat Tempo.com di Indonesia	48
Gambar 3.9 Peringkat Metrotvnews.com di Indonesia	49
Gambar 3.10 Model Analisis Interaktif.....	54
Gambar 4.1 Profil Anies Baswedan.....	59
Gambar 4.2 Profil Anies Baswedan	60
Gambar 4.3 Berita Anies Baswedan.....	61
Gambar 4.4 Kumpulan Berita.....	64
Gambar 4.5 Facebook Jakarta Maju Bersama.....	77
Gambar 4.6 Instagram Jakarta Maju Bersama.....	78
Gambar 4.7 Twitter Jakarta Maju Bersama.....	78
Gambar 4.8 Website Jakarta Maju Bersama.....	78
Gambar 4.9 Video Santai Sore.....	79
Gambar 4.10 Berita Kompas.com.....	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Wawancara Tim Media Anies Baswedan

Lampiran 2 Transkrip Wawancara Tim Media Anies Baswedan

Lampiran 3 Daftar Pertanyaan Wawancara Pengamat Politik

Lampiran 4 Transkrip Wawancara Pengamat Politik

Lampiran 5 Daftar Pertanyaan Wawancara Masyarakat

Lampiran 6 Transkrip Wawancara Masyarakat

Lampiran 7 *Screen Shoot* Berita Kompas.com