

**STRATEGI *MEDIA RELATIONS* DALAM KAMPANYE
“TOLAK JADI TARGET” OLEH SMOKE FREE AGENTS
UNTUK MENGGANGKAT ISU ANTI ROKOK BAGI REMAJA
INDONESIA**

(Studi Kasus *Media Relations* SFA pada Media Detikcom)

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi



Nita Sari

1121003014

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2016**

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 : Nita Sari

NIM : 1121003014

Tanda Tangan:



Tanggal : 21 Juni 2016

HALAMAN PENGESAHAN

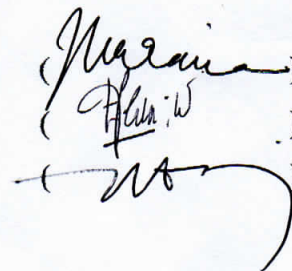
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Nita Sari
NIM : 1121003014
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultasi : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : STRATEGI *MEDIA RELATIONS* DALAM KAMPANYE
“TOLAK JADI TARGET” OLEH SMOKE FREE AGENTS UNTUK
MENGANGKAT ISU ANTI ROKOK BAGI REMAJA INDONESIA (Studi Kasus
Media Relations SFA pada Media Detikcom)

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Mirana Hanathasia, S.Sos, MMediaPrac
Penguji 1 : Dra. Mathilda AMW Birowo, M. Si
Penguji 2 : Dra. Suharyanti, M.S.M



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 29 Juni 2016

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Strategi *Media Relations* dalam Kampanye “Tolak Jadi Target” Oleh Smoke Free Agents untuk Mengangkat Isu Anti Rokok Bagi Remaja Indonesia (Studi Kasus *Media Relations* SFA pada Media Detikcom)”. Dalam menyelesaikan tugas akhir ini, penulis menemukan rintangan dan hambatan, namun itu semua bisa terlewati dan menjadi pelajaran hidup berharga bagi penulis. Dengan terselesaikannya tugas akhir ini, penulis bermaksud memberikan apresiasi kepada pihak-pihak melalui ungkapan terima kasih, di antaranya:

1. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, dosen pengajar, dan juga dosen penguji tugas akhir yang selalu memberikan arahan dan bimbingan selama penulis menjalani pendidikan di Universitas Bakrie. Selain itu, penulis juga ingin berterima kasih kepada beliau atas masukan, saran, dan motivasi dalam penyelesaian tugas akhir ini.
2. Ibu Mirana Hanathasia, S.Sos, MMediaPrac, selaku dosen pembimbing skripsi dan juga dosen pengajar di Universitas Bakrie yang selalu memberikan banyak pelajaran berharga bagi penulis dan banyak mengubah pemikiran penulis ke arah yang lebih baik. Selain itu, beliau juga selalu memberikan arahan dan motivasi dalam membimbing pengerjaan skripsi hingga akhirnya penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
3. Ibu Dra. Mathilda, AMW Birowo selaku dosen penguji tugas akhir yang banyak memberikan bimbingan, masukan, saran, dan motivasi dalam penyelesaian tugas akhir ini.
4. Bapak Aryo Subarkah S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing akademik yang senantiasa membimbing, menasehati, dan memberikan motivasi selama penulis menjalani pendidikan di Universitas Bakrie.
5. Bapak Dr. Sumharmoko, M.A, dan Bapak M. Hartono, SH, M. Ed dari pihak Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI atas kesediaannya menjadi informan dan membantu penyelesaian tugas akhir ini, serta banyak memotivasi dan memberikan nasehat berharga kepada penulis.
6. Pihak detikcom terutama Mbak Nurvita, Mbak Rina, Mas Masaul, dan Kak Reza atas kesediaannya menjadi informan yang berkontribusi terhadap penyelesaian tugas akhir ini.
7. Pihak Smoke Free Agents, terutama Mbak Nina, Mbak Tyas, Kak Yudha, dan Mbak Nanda yang sudah memberikan kesempatan bagi penulis untuk meneliti organisasinya.

8. Kedua orang tua penulis, Asikin S,Sos dan Samria Nahi, S.Pd atas segala nasehat, dorongan, motivasi, doa, dan dukungan dalam pengerjaan tugas akhir maupun selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Bakrie.
9. Kakak dan adik-adik penulis, Ardianto, Ahmad Asikin, dan Nadiyah Anugerah dan kerabat-kerabat penulis yang tidak bisa disebutkan namanya satu per satu atas segala doa dan dukungan dalam pengerjaan tugas akhir ini.
10. Kak Ayu, Kak Yenni, Kak Nyoman, Kak Iman, Kak Yulis, Kak Rizky, dan Mamat yang sudah seperti saudara bagi penulis yang banyak memberikan bimbingan, bantuan, dan motivasi untuk mengerjakan skripsi maupun selama masa perkuliahan.
11. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2012 yang saling memberikan dukungan, bantuan, dan semangat untuk menyelesaikan tugas akhir.
12. Sahabat Corporate Communication angkatan 2012, Uun, Stella, Thasya, Mailan, Nitia, Hara, dan Alvian yang saling berbagi keceriaan, semangat, nasehat, dan dukungan selama pengerjaan tugas akhir.
13. Teman-teman XRSBI SMAN 1 Baubau khususnya Puspa, Amalia, dan Aulia yang hingga kini masih menjalin silaturahmi, saling mendukung satu sama lain, dan selalu meningkatkan penulis untuk menyelesaikan tugas akhir.
14. Yuni Sriharyani dan Nursita Sari, sahabat yang sudah penulis anggap sebagai saudara sendiri, tempat berbagi cerita dan suka duka.

Penulisan tugas akhir ini tidak terlepas dari kesalahan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun. Semoga tugas akhir ini berguna dan bermanfaat bagi para pembacanya.

Jakarta, 29 Juni 2016


Nita Sari

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nita Sari
NIM : 1121003014
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 Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“STRATEGI *MEDIA RELATIONS* DALAM KAMPANYE “TOLAK JADI TARGET” OLEH SMOKE FREE AGENTS UNTUK MENGANGKAT ISU ANTI ROKOK BAGI REMAJA INDONESIA (Studi Kasus *Media Relations* SFA pada Media Detikcom)”

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 29 Juni 2016

Yang menyatakan,


Nita Sari

STRATEGI *MEDIA RELATIONS* DALAM KAMPANYE “TOLAK
JADI TARGET” OLEH SMOKE FREE AGENTS UNTUK
MENGANGKAT ISU ANTI ROKOK BAGI REMAJA INDONESIA
(Studi Kasus *Media Relations* SFA pada Media Detikcom)

Nita Sari

ABSTRAK

Smoke Free Agents adalah komunitas yang memiliki agenda untuk menciptakan Indonesia sehat tanpa asap rokok. Smoke Free Agents berusaha mengangkat isu tersebut ke dalam kampanye “Tolak Jadi Target” dengan tujuan agar pemerintah menegakkan peraturan untuk melindungi generasi muda dari bahaya rokok. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk mengetahui proses pengangkatan isu anti rokok bagi remaja dalam kampanye, strategi *media relations* yang dilakukan SFA, mengetahui bagaimana strategi *media relations* berdampak pada pemberitaan dan pembuatan kebijakan publik. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan penelusuran dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa SFA mampu menurunkan isu anti rokok bagi remaja dalam kampanye dan mengoptimalkan strategi *media relations* secara pendekatan formal maupun komunikasi personal untuk menyebarluaskan isu ke publik. Strategi *media relations* tersebut mendorong pemberitaan di media detikcom karena memiliki nilai berita dan kelayakan berita. Dari strategi komunikasi dan *media relations* SFA, salah satu pencapaian yang didapat adalah keluarnya kebijakan mengenai kawasan tanpa rokok di lingkungan sekolah oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.

Kata kunci: isu, *media relations*, aspek pemberitaan, kebijakan publik

*MEDIA RELATIONS STRATEGY IN “TOLAK JADI TARGET”
CAMPAIGN BY SMOKE FREE AGENTS TO RAISE ISSUE OF
ANTI-SMOKING FOR INDONESIAN YOUTHS
(Case Study of SFA’s Media Relations in Detikcom)*

Nita Sari

ABSTRACT

Smoke Free Agents is a community who has agenda to create healthy Indonesia without smoke. Smoke Free Agents attempt to raise that issue into campaign of “Tolak Jadi Target” in order to encourage government to establish policy to protect Indonesian youths from danger of smoking. By using qualitative research with case study approach, this research aims to know process of establishment of anti-smoking issue for Indonesian youths, media relations strategy in the campaign, and to know how the media relations affect publicity and public policy making. The data is collected by doing deep interview and document tracking. This study results show that SFA can brings down issue of anti-smoking for youths in the campaign and optimizes media relations strategy in formal and personal communication to spread that issue to public. The media relations strategy stimulates media coverage in detikcom because its news value and newsworthiness. From communication and media relations strategy of SFA, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan releases policy of no smoking area in school.

Keywords: issue, media relations, aspect of news, public policy

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10

BAB II KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya.....	11
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Pemikiran	16
2.2.1 Pengertian dan Fungsi <i>Public Relations</i>	16
2.2.2 Strategi <i>Media Relations</i>	18
2.2.3 <i>PR Campaign</i>	24
2.2.3.1 <i>Event Management</i>	26
2.2.4 Aspek Pemberitaan dari Sisi Pers.....	28
2.2.5 Karakteristik Media <i>Online</i>	33
2.2.6 Kebijakan Anti Rokok Bagi Remaja	34
2.2.7 Kebijakan Publik	35

2.3 Kerangka Pemikiran	39
------------------------------	----

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian	42
3.2 Objek dan Informan Penelitian	43
3.2.1 Objek Penelitian	43
3.2.2 Informan Penelitian	43
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.3.1 Sumber Data.....	48
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.4 Teknik Analisis Data.....	49
3.5 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	51
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	58
3.7 Batasan dan Keterbatasan Penelitian	59

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	60
4.1.1 Gambaran Umum Smoke Free Agents.....	60
4.1.2 Gambaran Umum Kampanye “Tolak Jadi Target”	61
4.2 Temuan Penelitian.....	68
4.2.1 Proses Mengangkat Isu Anti Rokok Bagi Remaja Oleh Smoke Free Agents dalam Kampanye “Tolak Jadi Target”	68
4.2.2 Strategi <i>Media Relations</i> dalam Kampanye “Tolak Jadi Target”	83
4.2.2.1 Perencanaan <i>Media Relations</i>	83
4.2.2.2 Pendekatan Formal <i>Media Relations</i>	85
4.2.2.3 Pendekatan Informal <i>Media Relations</i>	89
4.2.3 Pandangan Jurnalis dari Strategi <i>Media Relations</i> yang dilakukan Oleh Smoke Free Agents	95
4.2.3.1 Pandangan Jurnalis dari Aspek Nilai Berita & Kelayakan Berita.....	97
4.2.3.2 Pandangan Jurnalis dari Komunikasi Personal SFA	107
4.2.4 Dampak pada Pembuatan Kebijakan Publik.....	117

4.3 Pembahasan	129
4.3.1 Proses Mengangkat Isu Anti Rokok Bagi Remaja dalam Kampanye Tolak Jadi Target.....	129
4.3.2 Strategi <i>Media Relations</i> Smoke Free Agents	135
4.3.2.1 Analisis Penggunaan <i>Tools Kit Media</i> SFA dalam Kampanye “Tolak Jadi Target”	139
4.3.2.2 Analisis Prinsip <i>Media Relations</i> dan Komunikasi Personal Smoke Free Agents.....	142
4.3.3 Penilaian Jurnalis.....	147
4.3.3.1 Penilaian Jurnalis dari Segi Nilai Berita dan Kelayakan Berita.....	147
4.3.3.2 Penilaian Jurnalis dari Aspek Prinsip <i>Media Relations</i> dan Komunikasi Personal SFA	153
4.3.4 Dampak pada Kebijakan Publik.....	157

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	162
5.2 Saran.....	164
5.2.1 Saran Akademis	164
5.2.2 Saran Praktis	164

DAFTAR PUSTAKA	166
-----------------------------	-----

LAMPIRAN	172
-----------------------	-----

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Analisis Penelitian Sebelumnya.....	14
Tabel 3.1 Daftar Informan.....	46
Tabel 3.2 Operasionalisasi Konsep Penelitian.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Pemantauan yang Menunjukkan Adanya Spanduk Iklan Rokok di Sekitar Sekolah di Jakarta	6
Gambar 1.2 Salah Satu Contoh Kegiatan Penurunan Iklan Rokok di Sekitar SMP Negeri 104 Jakarta	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	41
Gambar 3.1 Silogisme-Piramida Duduk	51
Gambar 3.2 Proses Pengolahan Data Penelitian.....	52
Gambar 4.1 Logo Smoke Free Agents.....	60
Gambar 4.2 Contoh Pemantauan Iklan Rokok di Sekitar Sekolah	62
Gambar 4.3 Konferensi Pers Hasil Pemantauan Iklan Rokok di Sekitar Sekolah	64
Gambar 4.4 Aksi Penurunan Iklan Rokok di Sekitar Sekolah	66
Gambar 4.5 Konferensi Pers Oleh Pelajar, Guru, dan Pemilik Warung Saat Acara Deklarasi STAR.....	67
Gambar 4.6 <i>Flashmob</i> Oleh Pelajar di Kegiatan Deklarasi STAR	67
Gambar 4.7 Rangkaian Kampanye “Tolak Jadi Target”.....	68
Gambar 4.8 Waktu dan Tempat Konferensi Pers Pemaparan Hasil <i>Monitoring</i>	72
Gambar 4.9 Waktu dan Tempat Konferensi Pers Pemaparan Hasil <i>Monitoring</i>	73
Gambar 4.10 Nama Narasumber pada Konferensi Pers Pemaparan Hasil <i>Monitoring</i>	73
Gambar 4.11 Undangan Deklarasi Sekolah Tanpa Advertensi Roko.....	78
Gambar 4.12 Pemberitaan detikcom Terkait Kampanye Tolak Jadi Target	96