

**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* TEMAN AHOK
MELALUI *EVENT* “TEMAN AHOK FAIR” UNTUK
MENDUKUNG BASUKI TJAHAJA PURNAMA (AHOK) DI
PEMILIHAN GUBERNUR DKI JAKARTA 2017**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



UNIVERSITAS
BAKRIE

Mailan Fransian Cahyani Hutauruk

1121003012

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

JAKARTA

2016

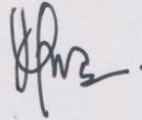
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Mailan Fransian Cahyani Hutaauruk

NIM : 1121003012

Tanda Tangan:



Tanggal : 15 Agustus 2016

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Mailan Fransian Cahyani Hutaaruk
NIM : 1121003012
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultasi : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* TEMAN AHOK MELALUI *EVENT* “TEMAN AHOK FAIR” UNTUK Mendukung BASUKI TJAHAJA PURNAMA (AHOK) DI PEMILIHAN GUBERNUR DKI JAKARTA 2017.”

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

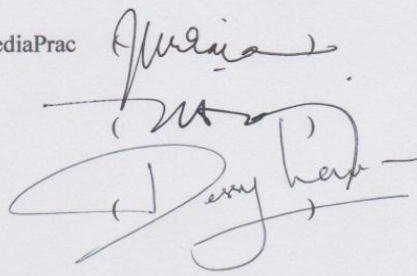
Pembimbing : Mirana Hanathasia, S.Sos, MMediaPrac

Penguji 1 : Dra. Suharyanti, M.S.M.

Penguji 2 : Dessy Kania, B.A., M.A.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 19 Agustus 2016

Handwritten signatures of the examiners and supervisor. The top signature is for Mirana Hanathasia, the middle for Dra. Suharyanti, and the bottom for Dessy Kania.

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Strategi *Marketing Public Relations* Teman Ahok melalui *Event* “Teman Ahok Fair” untuk Mendukung Basuki Tjahaja Purnama di Pemilihan Gubernur DKI Jakarta 2017”. 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, dosen pembimbing akademik 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. Miss Dessy Kania, B.A., M.A. selaku dosen penguji tugas akhir yang banyak memberikan bimbingan, masukan, saran, dan motivasi dalam penyelesaian tugas akhir ini.
4. Pihak Teman Ahok Fair, terutama Amalia Ayuningtyas, Ranca Belneva dan Emiryang sudah memberikan kesempatan bagi penulis untuk meneliti organisasinya serta atas kesediaannya menjadi informan dan membantu penyelesaian tugas akhir ini, serta banyak memotivasi dan memberikan nasehat berharga kepada penulis.
5. Sonny Adi Purnama, Pihak Relawan Partisipan Teman Ahok dan pendukung Ahok atas kesediaannya menjadi informan yang berkontribusi terhadap penyelesaian tugas akhir ini.
6. Yosua Eden R, Catherine Indah P, Pihak pengunjung *event* Teman Ahok Fair atas kesediaannya menjadi informan yang berkontribusi terhadap penyelesaian tugas akhir ini.

7. Nursita Sari Pihak Repoter Kompas.com atas kesediaannya menjadi informan yang berkontribusi terhadap penyelesaian tugas akhir ini serta sebagai sahabat penulis yang memberikan semangat dan motivasi.
8. Kedua orang tua penulis, Lambas Hutauruk dan R. Mistiyani atas segala nasehat, dorongan, motivasi, doa, dan dukungan dalam pengerjaan tugas akhir maupun selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Bakrie.
9. Adik Penulis, Yehezkiel Rionaldo Huaturuk dan Theresia Casa Nita Hutauruk penulis atas segala doa dan dukungan dalam pengerjaan tugas akhir ini.
10. Keluarga GBI Menara Gracia yang sudah seperti keluarga 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. Keluarga Corporate Communication angkatan 2012, Stella Fellicia Persulesy, Hara Prakasa, Yuni Sriharyani, Nita Sari, Diana Thasya, Nitia Sabillah dan Alvian Purnama yang saling berbagi keceriaan, semangat, nasehat, dan dukungan selama pengerjaan tugas akhir
13. Piety Santa Sari, Tabita Sitompul sahabat satu kontrakan 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, 19 Agustus 2016

Mailan Fransian Cahyani Hutauruk

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Mailan Fransian Cahyani Hutauruk
NIM : 1121003012
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:

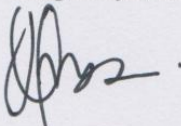
“STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* TEMAN AHOK MELALUI *EVENT* “TEMAN AHOK FAIR” UNTUK Mendukung Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) di Pemilihan Gubernur DKI Jakarta 2017”.

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 : Agustus 2016

Yang menyatakan,



(Mailan Fransian C.H)

STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* TEMAN AHOK MELALUI
EVENT “TEMAN AHOK FAIR” UNTUK MENDUKUNG BASUKI TJAHAJA
PURNAMA (AHOK) DI PEMILIHAN GUBERNUR DKI JAKARTA 2017

Mailan Fransian Cahyani Hutaaruk

ABSTRAK

Teman Ahok adalah perkumpulan relawan yang bertujuan untuk mengorganisir dukungan terhadap Basuki Tjahja Purnama (Ahok) dalam pemilihan gubernur DKI Jakarta 2017. Teman Ahok menggunakan *personal brand* Ahok dalam mencapai tujuannya dengan menerapkan strategi *marketing public relations*. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus terkait penerapan *special event* “Teman Ahok Fair”. Penelitian bertujuan mengetahui penerapan aktivitas-aktivitas komunikasi sebagai taktik *marketing public relations* Teman Ahok, mengetahui pelaksanaan *special event* “Teman Ahok Fair”, bagaimana keberhasilan *special event* “Teman Ahok Fair” yang dipengaruhi oleh kekuatan komunitas atau relawan Teman Ahok, serta mengetahui peranan *personal brand* Basuki Tjahja Purnama terhadap strategi *marketing public relations*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan penelusuran dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Teman Ahok berhasil mencapai tujuan *marketing* organisasi dengan penerapan *tools public relations*, dengan terkumpulnya satu juta kartu tanda penduduk. Teman Ahok berhasil mencapai tujuan pelaksanaan *special event* “Teman Ahok Fair” Kesuksesan *special event* “Teman Ahok Fair” tidak terlepas dari peranan sumber daya manusia, yaitu komunitas dan relawan Teman Ahok. Fenomena relawan Teman Ahok mendapat perhatian dan dukungan dari publik, media dikarenakan *personal brand* Ahok yang kuat.

Kata Kunci: *marketing public relations, special event, komunitas, personal brand*

*STRATEGY MARKETING PUBLIC RELATIONS TEMAN AHOK IN EVENT “
TEMAN AHOK FAIR” TO SUPPORT BASUKI TJAHAJA PURNAMA (AHOK) ON
GOVERNATORIAL ELECTION DKI JAKARTA 2017*

Mailan Fransian Cahyani Hutaeruk

ABSTRACT

Teman Ahok is a community who has goals to organized support for Basuki Tjahja Purnama (Ahok) on Governatorial Election DKI Jakarta 2017. Teman Ahok using personal brand Ahok to reach out their objective and applying marketing public relations strategy. By using qualitative research with case study approach implementation special event “Teman Ahok Fair”, this research aims to know process, channel communication as a marketing public relations tactics, to know how implementations and success special event “Teman Ahok Fair” which influence by community and volunteer, and to know affect personal brand Basuki Tjahja to Teman Ahok. The data is collected by doing deep interview and document tracking. This study results show that Teman Ahok can achieve marketing objectives by using public relations tools and collecting one million indetity of DKI Jakarta`s citizen. Teman Ahok achieve special event objectives because the power of community. Teman Ahok gets public and media attention because Ahok have a strong personal brand.

Keywords: marketing public relations, special event, community, personal brand

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	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	8

BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	9
2.1 Tinjauan Pustaka terkait Penelitian Sebelumnya	9
2.2 Tinjauan Pustaka terkait Kerangka Pemikiran	14
2.2.1 <i>Public Relations</i>	14
2.2.2 <i>Marketing Public Relations</i>	14
2.2.2.1 <i>Konsep Marketing Public Relations</i>	14
2.2.2.2 <i>Proses Marketing Public Relations</i>	19
2.2.3 <i>Special Event</i>	21
2.2.4 <i>Teori Sikap</i>	24
2.3 Kerangka Pemikiran	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Metode Penelitian	28
3.2 Objek Penelitian	29
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	29
3.3.1 Sumber Data	29
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	30
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	33
3.5 Teknik Analisis Data	35
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	36
3.7 Keterbatasan Penelitian	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	39
4.1.1 Gambaran Umum Basuki Thajaja Purnama (Ahok).....	39
4.1.2 Gambaran Umum Teman Ahok.....	40
4.1.2.1 Sejarah Teman Ahok.....	40
4.1.2.2 Visi dan Misi Teman Ahok.....	42
4.1.3 Gambaran Umum <i>Event</i> “Teman Ahok Fair”.....	43
4.2 Temuan Penelitian	43
4.2.1 Teman Ahok sebagai Organisasi dan Komunitas.....	43
4.2.2 Strategi <i>Marketing Public Relations Teman Ahok</i> untuk Mendukung Basuki Tjahja Purnama (Ahok) di Pemilihan Gubernur DKI Jakarta 2017.....	47
4.2.3 Penerapan <i>event</i> “Teman Ahok Fair” sebagai Strategi <i>Marketing Public Relations Teman Ahok</i> untuk Mendukung Basuki Tjahja Purnama (Ahok) di Pemilihan Gubernur DKI Jakarta 2017.....	68
4.2.4 Respon Masyarakat terhadap Penerapan <i>event</i> “Teman Ahok Fair” sebagai Strategi <i>Marketing Public Relations Teman Ahok</i> untuk Mendukung Basuki Tjahja Purnama (Ahok) di Pemilihan Gubernur DKI Jakarta 2017.....	88
4.3 Pembahasan.....	96
4.3.1 Strategi <i>Marketing Public Relations</i> “Teman Ahok Fair”.....	96

4.3.1.1 <i>Marketing Public Relations</i> Teman Ahok.....	96
4.3.1.2 Penerapan Strategi MPR melalui <i>event</i> “Teman Ahok Fair”	105
4.3.2 Keberhasilan <i>event</i> “Teman Ahok Fair”	112
4.3.3 Kekuatan <i>Personal Brand</i> Ahok.....	117
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	120
5.1 Simpulan	120
5.2 Saran	121
5.2.1 Saran Akademis	122
5.2.2 Saran Praktis.....	122
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN	127

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Analisis Penelitian Sebelumnya.....	11
Tabel 3.1 Daftar Informan.....	32
Tabel 3.2 Operasionalisasi Konsep Penelitian.....	34
Tabel 4.1 Ringkasan Aktivitas-Aktivitas <i>Marketing Public Relations</i> Teman Ahok	65
Tabel 4.2 Timeline Publikasi <i>event</i> Teman Ahok Fair	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Laman Situs Resmi Teman Ahok	5
Gambar 1.2 <i>Special Event</i> - Teman Ahok Fair.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	26
Gambar 3.1 Proses Pengelolahan data penelitian	36
Gambar 4.1 Profile Basuki Tjahja Purnama (Ahok).....	39
Gambar 4.2 Logo Teman Ahok.....	41
Gambar 4.3 Struktur Teman Ahok.....	47
Gambar 4.4 Facebook Teman Ahok.....	54
Gambar 4.5 Instagram Teman Ahok.....	54
Gambar 4.6 Line Ad Teman Ahok.....	54
Gambar 4.7 Youtube Teman Ahok.....	55
Gambar 4.8 Posko Teman Ahok.....	57
Gambar 4.9 Poster dan Kemerihan Pknik Senja	58
Gambar 4.10 Poster dan Kemerihan Teman Ahok Fair.....	58
Gambar 4.11 Poster dan Kemerihan Sejuta Teman Ahok	59
Gambar 4.12 Poster dan Kemerihan Syukuran Teman Ahok.....	59
Gambar 4.13 Poster dan Kemerihan Rekapitulasi Sejuta KTP.....	59
Gambar 4.14 Aktivitas <i>Endorsement</i> Teman Ahok di Media Sosial.....	60

Gambar 4.15 Kegiatan Konferensi Per Teman Ahok.....	61
Gambar 4.16 Website Teman Ahok.....	62
Gambar 4.17 <i>Merchandise</i> Teman Ahok	63
Gambar 4.18 <i>Hotlines</i> Teman Ahok	64
Gambar 4.19 Video yang diunggah di <i>account</i> Youtube Teman Ahok	65
Gambar 4.20 Poster Teman Ahok Fair.....	75
Gambar 4.21 Konten Teman Ahok Fair.....	75
Gambar 4.22 Sistem penjualan tiket Teman Ahok Fair.....	77
Gambar 4.23 Persiapan sebelum hari H Teman Ahok Fair.....	78
Gambar 4.24 <i>Rundown</i> Acara hari pertama Teman Ahok Fair.....	78
Gambar 4.25 <i>Rundown</i> Acara hari kedua Teman Ahok Fair.....	79
Gambar 4.26 Lokasi pelaksanaan Teman Ahok Fair.....	80
Gambar 4.27 Peta dan penunjuk arah ke Gudang Sarinah Ecosystem	81
Gambar 4.28 Pengunjung yang ada di <i>stand booth</i> KTP Gue Buat Ahok	83
Gambar 4.29 Penampilan Iis Dahlia dan Ahok diTeman Ahok Fair.....	84
Gambar 4.30 Ragam <i>stand booth</i> di Teman Ahok Fair.....	85
Gambar 4.31 Fasilitas di Teman Ahok Fair.....	86
Gambar 4.32 Papan Aspirasi di Teman Ahok Fair.....	87
Gambar 4.33 <i>Direction Board</i> , Informasi tentang Teman Ahok dan <i>Rundown</i> acara.....	87