

STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* TIM PEMENANGAN

JOKOWI - JUSUF KALLA

**(Study Kasus Terhadap Tim Pemenangan Calon Presiden dan Calon Wakil
Presiden, Ir.H.Joko Widodo dan H.M.Jusuf Kalla Dalam Memenangkan
Pilpres 2014 di Yogyakarta)**

Diajukan oleh

DWI ANANDYA

20110530041

Telah disetujui oleh dosen pembimbing

Pembimbing

Aswad Ishak S. IP., M.Si.

NIK : 163 076

Tanggal, 19 Juni 2015

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada :

Hari : Jum'at
Tanggal : 03 Juli 2015
Tempat : Ruang Negosiasi Ilmu Komunikasi

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

(Aswad Ishak, S.IP., M.Si.)

Penguji I

Penguji II

(Adhianty Nurjanah, S.Sos., M.Si)

(Ayu Amalia, S.Sos., M.Si.)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)
Tanggal : 3 Juli 2015

(Haryadi Arief Nuur Rasyid S.IP, M.Sc)
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Dwi Anandya
Nomor Mahasiswa : 20110530041
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan Judul: “**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* TIM PEMENANGAN JOKOWI - JUSUF KALLA (Study Kasus Terhadap Tim Pemenangan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden, Ir.H. Joko Widodo dan H.M. Jusuf Kalla Dalam Memenangkan Pilpres 2014 di Yogyakarta)**” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 3 Juli 2015

Dwi Anandya

MOTTO

Don't Be Afraid, I'm Here.

-GOD

**Jangan Hidup di Hari Kemarin Untuk Hari Ini dan Jangan
Pula Hidup di Hari Esok Jika tidak Mengingat Hari Ini .**

-Anandya Dwi

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kepada ALLAH SWT berkat Limpahan Rahmat dan KaruniaNya yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan baik.

Kupersembahkan karya tulis ini untuk:

Terima kasih Bapak dan Mamak.

Terima kasih ku terhadap engkau berdua, tiada engkau tiadapun diriku. Dalam proses penyelesaian skripsi ini, andil kalian berdua sangat membantuku, semangat, tuntutan, serta dana turut menyertai terselesaikannya skripsi ini. Terima kasih atas motivasi yang menyertaiku setiap hari, dering telfon ku pun takhayalnya alarm dipagi hari, bukan kabarku lagi yang kalian berdua tanya, tapi kabar dari skripsiku. Cukup membuatku cemburu. Jika aku memaparkannya dalam Microsoft Word ini, tidak akan cukup lembarannya. Terima kasihku, anak ketigamu Dwi Anandya ☺

Kakak dan Adik

Terima kasih awal-awal kata yang ku ucap untuk pertanyaan yang selalu kalian ulang-ulang ketika berbincang dengan ku melalui via sms ataupun telfon. Pertanyaan yang membuatku semangat serta jengkel ketika membaca dan pula mendengarkannya. Aku tau, bahwa kalian peduli serta kasian terhadap orang tua kita yang terus membiayaiku dalam proses kuliah ini.

Karya tulis ini juga aku persembahkan kepada Almamater, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah mendidik dengan menanamkan dasar nilai-nilai islam dalam setiap pengetahuannya. Semoga bermanfaat.

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Public Relations
Dwi Anandya
20110530041

STRATEGI PUBLIC RELATIONS TIM PEMENANGAN JOKOWI-JUSUF KALLA (STUDI KASUS TERHADAP TIM PEMENANGAN CALON PRESIDEN DAN CALON WAKIL PRESIDEN IR.H.JOKO WIDODO DAN H.M.JUSUF KALLA DALAM MEMENANGKAN PILPRES 2014 DI YOGYAKARTA)

Tahun Skripsi: 2015, 111 halaman + 30 tambahan

Daftar Pustaka: 11 Buku + 3 Jurnal + 3 Surat Kabar Online

Pemilihan calon presiden dan calon wakil presiden awal tahun 2014 kemarin membuka banyak dinamika-dinamika politik yang berkembang di setiap daerah, termasuk di kota Yogyakarta. Kemenangan yang diraih pasangan Jokowi-Jusuf Kalla di kota Yogyakarta merupakan hal yang menarik karena perolehan suara kemenangan mencapai 148.631 atau 51,41% selisih sedikit berbanding dengan pasangan Prabowo-Hatta Rajasa yaitu 48,59% suara. Berdasarkan hasil perolehan kemenangan yang berbanding tipis tersebut peneliti tertarik melihat strategi komunikasi politik apa yang digunakan untuk menarik calon pemilih. Pada pilpres tahun 2014 *public relations* tim pemenangan Jokowi-Jusuf Kalla lebih banyak terfokus kegiatan kampanye di lapangan dalam menyampaikan pesan-pesan politik. Maka dari itu peneliti konsen terhadap kegiatan kampanye pada strategi komunikasi politik *public relations* tim pemenangan Jokowi-Jusuf Kalla.

Tujuan penelitian ini adalah menjelaskan bagaimana strategi komunikasi politik *public relations* tim pemenangan dalam memenangkan pilpres tahun 2014 di Kota Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Metode ini akan menghasilkan data deskriptif tentang strategi komunikasi politik *public relations* tim pemenangan Jokowi-Jusuf Kalla. Informan dalam penelitian ini adalah tim pemenangan Jokowi-Jusuf Kalla.

Berdasarkan hasil penelitian ini, strategi komunikasi politik yang telah dilakukan oleh tim pemenangan *public relations* Jokowi-Jusuf Kalla tidak semuanya berhasil dengan baik dan sesuai target. Ada beberapa hal yang secara teknis menjadi penyebab, salah satunya adalah sasaran target dan alat pegara kampanye. Maka dari itu, kemenangan yang diraih oleh tim pemenangan *public relations* tidak sepenuhnya melalui kegiatan strategi tersebut, tetapi karena penguatan nama Jokowi yang sudah terkenal di kalangan masyarakat kota Yogyakarta.

Kata Kunci: Pilpres 2014, Jokowi-Jusuf Kalla, Strategi *public relations*, komunikasi politik

ABSTRACT

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
The Faculty of Social and Political Science
Communication Science Major
The Concentration of Public Relations
Dwi Anandya
20110530041**

THE WINNING STRATEGY PUBLIC RELATIONS (JOKOWI-JUSUF KALLA CASE STUDY FOR THE WINNING CANDIDATE FOR PRESIDENT AND THE VICE PRESIDENT IR. JOKO WIDODO AND H.M. JUSUF KALLA IN WON PRESIDENTIAL ELECTIONS IN 2014 IN YOGYAKARTA)

The Thesis: 2015, 111 page + 30 attachment

Reference: 11 Book + 3 Journal + 3 Newspaper

The election of a candidate the president and the candidates of the vice president of the beginning of the year 2014 yesterday opened all kinds of the political dynamics that develops in every region, including in the city of Yogyakarta. A win which won Jokowi-Jusuf Kalla in the city of Yogyakarta is very interesting because the ballot of victory reached 148.631 or 51,41% of the vote compared to the difference a little with the couples Prabowo-Hatta Rajasa 48,53% vote. Based on the results of the victory which is the thin see researchers interested in political communication strategy what you used to draw voters. In the presidential elections year 2014 public relations team winning Jokowi-Jusuf Kalla campaign on political communication strategy Jokowi-Jusuf Kalla winning team.

The purpose of this research is to explain the political communication strategy team public relations win for winning general in presidential election year 2014 in the city of Yogyakarta. This study using the kind of the research qualitative descriptive. This method will produce numbers descriptive about political communication strategy public relations team winning Jokowi-Jusuf Kalla. Informants in this research was winning Jokowi-Jusuf Kalla team.

Based on the results of this research, political communication strategy has been done by a team winning public relations Jokowi-Jusuf Kalla not everything works out well and meet a target. There are several points which are technically be the cause, one of which is the target and props campaign. Therefore a victory that place was by a team winning public relations not fully through the activities of the strategy but because of the name Jokowi strengthening the already famous among city people Yogyakarta.

Keywords: Presidential election 2014, Jokowi-Jusuf Kalla, Strategy Public Relations, Political Communication

KATA PENGANTAR



أَسْتَغْفِرُكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul **STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* TIM PEMENANGAN JOKOWI - JUSUF KALLA (Study Kasus Terhadap Tim Pemenangan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden, Ir.H.Joko Widodo dan H.M.Jusuf Kalla Dalam Memenangkan Pilpres 2014 di Yogyakarta)**

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Fisipol Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan pengetahuan kepada semua elemen pada tingkatan masing-masing untuk mengetahui pola kampanye partai politik dan strategi-strategi apa saja yang digunakan oleh tim pemenangan serta caranya mengimplementasikan strategi tersebut.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT, dengan berkat dan rahmat karuniaNya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh tanggung jawab, mengerti arti usaha

keras tanpa mengeluh, mempelajari ilmu yang disediakan diberbagai tempat. Terima kasih atas perlindunganNya hingga detik ini, sehingga penulis dapat tumbuh menjadi pribadi yang tegar menjalani kehidupan serta tiada henti pula penulis mengucapkan syukur atas segala bentuk Nikmat yang telah diberikan.

2. Bapak (Suwarno Sugeng) dan Mamak (Sutarmi Sumardi) serta Kakak Laki-laki (Angga Prasetya), Kakak Perempuan (Nunung Angraini) dan Adik Perempuan (Frisca Septiani) terima kasih banyak atas segala bentuk dukungan, kucuran tenaga dan apapun proses yang berhubungan dengan segala hal atas penulis.
3. Bapak Aswad Ishak, S.IP., M.Si selaku dosen pembimbing yang penuh kesabaran selalu memberikan arahan, masukan, saran serta perbaikan yang berguna bagi penulis.
4. Ibu Adhianty Nurjanah, S.Sos., M.Si dan Ibu Ayu Amalia, S.Sos., M.Si selaku penguji skripsi yang telah banyak memberikan masukan yang sangat membangun guna untuk mendapatkan hasil akhir yang baik atas penyusunan skripsi yang diteliti oleh peneliti.
5. Nurul Azmi Afifah yang telah membantu dari segala bentuk terselesaikannya skripsi ini, ada hati yang diberikan untuk selalu semangat mengerjakannya.
6. Ade Darmawan Nofianto (Purbalingga), Gemuh Surya Wahyudi (Lombok), Helmy Rafsanjani (Sumbawa), Muhammad Wahda Fuad (Ternate) tiada kalimat yang mampu mengambarkannya.
7. Bapak Bambang Praswanto selaku ketua Dewan Perwakilan Daerah DIY yang telah memberikan kesempatan bagi peneliti untuk melakukan penelitian di ruang likup PDI-Perjuangan.

8. Seluruh Dosen jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah mendidik dan memberikan banyak ilmu pengetahuan serta menanamkan nilai-nilai luhur dan islami kepada peneliti.
9. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 3 Juli 2015

Dwi Anandya

