



**BENTUK KAMPANYE SOSIAL MEDIA TIM SUKSES
PARTAI PERSATUAN PEMBANGUNAN CALON GUBERNUR
RANO KARNO PADA PEMILIHAN GUBERNUR BANTEN
2017**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial Bidang Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

Nama : Chaerul Umam

NIM : 1306015025

Peminatan : Humas



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA SELATAN, 2017**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

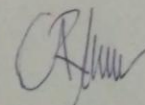
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Chaerul Umam
NIM : 1306015025
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat
Judul : Evaluasi Kampanye Tim Sukses Partai Persatuan Pembangunan
Calon Gubernur Rano Karno Pada Pemilihan Gubernur Banten
2017

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 30 Mei 2017

Yang Menyatakan



Chaerul Umam

Lembar Persetujuan Skripsi

Judul Skripsi : Evaluasi Kampanye Tim Sukses Partai Persatuan
Pembangunan Calon Gubernur Rano Karno Pada
Pemilihan Gubernur Banten 2017

Nama : Chaerul Umam

NIM : 1306015025

Program Studi : Ilmu Komunikasi

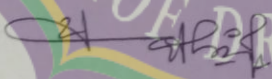
Peminatan : Humas

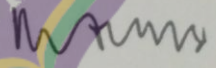
Telah Diperiksa dan Disetujui

Untuk Mengikuti Ujian Skripsi Oleh

Pembimbing I

Pembimbing II


Nurlina Rahman S.Pd, M.Si


Dr.H. Syaiful Rahim, M.Si

Tanggal: 31/7/2017

Tanggal: 27/7/2017

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Bentuk Kampanye Sosial Media Tim Sukses Partai Persatuan Pembangunan Calon Gubernur Rano Karno Pada Pemilihan Gubernur Banten 2017


Nama : Chaerul Umam

NIM : 1306015025

Program Studi : Ilmu Komunikasi

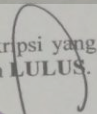
Peminatan : Humas

Telah di Pertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Sabtu, Tanggal 5 Agustus 2017, dan dinyatakan **LULUS**.


Dr. Maryono Basuki M.Si

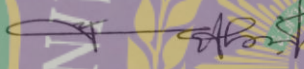
Penguji I

Tanggal: 20-8-17


Gilang Kumar Putra M.I.Kom

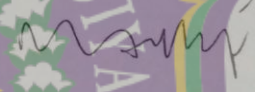
Penguji II

Tanggal: 20-8-17


Nurlina Rahman S.Pd, M.Si

Pembimbing I

Tanggal: 30-8-17



Dr. H. Syaiful Rahim, M.Si

Pembimbing II

Tanggal: 1-09-17

Mengetahui

Dekan


Said Ramadhan, S.Sos, M.Si

ABSTRAK

Judul : Bentuk Kampanye Sosial Media Tim Sukses Partai Persatuan Pembangunan Calon Gubernur Rano Karno Pada Pemilihan Gubernur Banten 2107

Nama : Chaerul Umam

NIM : 1306015025

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

Halaman : 123 + xii Halaman + 24 Gambar + 6 Lampiran

“Bentuk kampanye Sosial Media Tim Sukses Partai Persatuan Pembangunan pada pemilihan gubernur Banten 2017”. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk kampanye sosial media Partai Persatuan Pembangunan..

Peneliti menggunakan teori informasi organisasi, model kampanye Ostergaard, untuk melihat bentuk kampanye Partai Persatuan Pembangunan. Metodologi penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, pendekatan kualitatif, jenis penelitian deskriptif, dan metode studi kasus. Data dikumpulkan dengan wawancara mendalam dengan informan kunci dan pendukung..

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bentuk kampanye sosial media yang dilakukan oleh Partai Persatuan Pembangunan yaitu dengan memposting kegiatan kampanye Rano Karno dan Mulyana Syarief, memposting video kegiatan kampanye, tulisan-tulisan yang memberikan edukasi terhadap penggunaan sosial media di Indonesia khususnya di Banten. Peneliti juga mendeskripsikan kekalahan yang dialami oleh Rano Karno dan Mulyana Syarief.

Kesimpulan hasil penelitian yang ditemukan adalah bentuk kampanye Partai Persatuan Pembangunan h sebaiknya lebih melakukan analisis terhadap masyarakat Banten untuk memberikan postingan-postingan yang dapat mempengaruhi masyarakat Banten.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, Selawat dan salam semoga tercurahkan pada Nabi Muhammad SAW yang telah menyampaikan risalah dan syariat islam kepada seluruh umat manusia. Atas Rahmat Allah SWT akhirnya penulis dapat merampungkan skripsi dengan judul: Evaluasi Kampanye Tim Sukses Partai Persatuan Pembangunan Calon Gubernur Rano Karno Pada Pemilihan Gubernur Banten 2017.

Penulis menyusun penelitian skripsi selama tiga bulan terhitung dari Desember – April 2017. Penulis menyusun penulisan ini sesuai dengan metode penelitian yang peneliti gunakan seperti wawancara, observasi dan mengumpulkan data sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Hamka. Rasa Syukur dengan keyakinan serta bantuan dari beberapa pihak yang bersifat moril maupun material, akhirnya kesulitan dan hambatan yang dihadapi dapat teratasi dengan baik, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Penulis menyadari bahwasanya skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran dan kritik yang dapat membantu perbaikan kualitas skripsi ini sangat terbuka dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan rasa terima kasih kepada beberapa pihak yang mana atas bantuan, bimbingan, serta

dorongannya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini yaitu kepada:

1. Said Ramadhan, S.Sos, M.Si sebagai dekan FISIP UHAMKA
2. Dr. Sri Mustika, M.Si. sebagai wakil dekan FISIP UHAMKA
3. Dini Wahdiyati, S.Sos., M.I.Kom., sebagai Ketua Program Studi FISIP UHAMKA
4. Nurlina Rahman, S.Pd, M.Si sebagai dosen pembimbing I
5. Dr. H. Syaiful Rahim, M.Si sebagai dosen pembimbing II
6. Segenap dosen dan staf pengajar Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dan ilmunya kepada penulis
7. Orang Tua penulis yang telah memberikan bimbingan, doa agar penulis tidak putus asa dalam mengerjakan skripsi
8. Terimakasih kepada teman-teman Mahasiswa FISIP UHAMKA yang telah memberikan motivasi agar penulis mampu menyelesaikan skripsi
9. Terimakasih kepada Partai Persatuan Pembangunan yang telah memberikan kesempatan wawancara dan mendukung skripsi ini sampai selesai
10. Terimakasih kepada teman-teman RT 002 RW 01 yang telah membantu untuk mengerjakan proposal skripsi sehingga skripsi dapat terselesaikan

11. Terimakasih kepada KMG, Taufiqah, Ismi, Dicky, Aulia Faraby, Rizky, Fatiah, Ibnu Sukoco, Erlina, Nurul, Shabrina, Agus yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini
12. Yang kusayang, Nida Amalia, terima kasih atas doa dan dukungannya selama melaksanakan studi di semester akhir. Jadikan skripsiku ini sebagai penyemangatmu untuk menyelesaikan tugasmu di semester akhir, kelak kesuksesan ini akan berbalas padamu juga
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang secara langsung dan tidak langsung telah mendoakan dan mendukung penyusunan skripsi ini.

Semoga skripsi ini bisa menjadi sumber referensi yang berkualitas dan kredibel bagi para pembaca. Untuk peningkatan kualitas skripsi ini, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun di masa mendatang.

Jakarta, 30 Mei 2017

Chaerul Umam

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMA NPENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	11
1.3. Pembatasan Masalah	11
1.4. Tujuan Penelitian	12
1.5. Kontribusi Penelitian.....	12
1.5.1 Kontribusi Akademis	12
1.5.2 Kontribusi Metodologis	13
1.5.3 Kontribusi Praktis	13
1.6. Kelemahan dan keterbatasan Penelitian.....	14
1.7. Sistematika Penulisan	14
BAB II KERANGKA TEORI.....	16
2.1. Paradigma Penelitian.....	16

2.2. Hakekat Komunikasi.....	19
2.2.1. Definisi Komunikasi	20
2.2.2. Fungsi Komunikasi	21
2.2.3. Model Komunikasi.....	23
2.2.4. Unsur Komunikasi.	26
2.2.4. Elemen Komunikasi.....	27
2.2.5. KonteksKomunikasi	28
2.4. Teori <i>Public Relations</i>	34
2.4.1. Definisi <i>Public Relations</i>	32
2.4.2. Ciri-ciri <i>Public Relations</i>	33
2.4.3. Fungsi <i>Public Relations</i>	35
2.4.4. Tujuan <i>Public Relations</i>	38
2.4.5. Humas Pemerintah.....	39
2.4.6 Publik dalam Humas	43
2.3. Komunikasi Organisasi	43
2.3.1. Definisi Komunikasi Organisasi	43
2.3.2. Bentuk Komunikasi Organisasi	44
2.3.3 Teknologi Informasi dalam Organisasi.....	47
2.5. Teori Informasi Organisasi	49
2.5.1 Definisi Teori Informasi Organisasi.....	49
2.5.2 Keunggulan Teori Informasi Organisasi.....	50
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	52
3.1. Pendekatan, Metode dan Jenis Penelitian	52
3.1.1. Pendekatan Kualitatif.....	53
3.1.2 Metode Studi Kasus	56
3.1.3. Jenis Penelitian.....	57
3.2. Metode Penentuan Informan	61
3.3. Metode Pengumpulan Data	64
3.4. Metode Analisis Data.....	68
3.5. Lokasi dan Jadwal Penelitian	70

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	72
4.1. Subek Penelitian.....	72
4.1.1 Sejarah Partai Persatuan Pembangunan	72
4.1.2 Logo Partai Persatuan Pembangunan.....	80
4.1.3. Visi dan Misi Partai Persatuan Pembangunan	81
4.1.4. Struktur Organisasi Partai Persatuan Pembangunan	86
4.2. Hasil Penelitian	88
4.2.1 Bentuk dan Media Kampanye.....	88
4.3 Pembahasan.....	112
BAB V PENUTUP.....	121
5.1. Kesimpulan	121
5.2 Saran-Saran	122
5.2.2 Saran Akademis	122
5.2.3. Saran Metodologis.....	122
5.2.3 Saran Praktis	122
5.2.4 Saran Sosial.....	123
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENELITI	

Daftar Gambar

2.2.3	Gambar Model Komunikasi.....	24
4.1.2	Logo Partai Persatuan Pembangunan.....	80
4.1.4.1	Struktur Organisasi Partai Persatuan Pembangunan.....	86
4.1.4.2	Struktur Organisasi Partai Persatuan Pembangunan.....	87
4.2.1.1	<i>Screen Capture Facebook</i> Relawan Banten Bangkit.....	89
4.2.1.1.1	<i>Screen Capture Facebook</i> Relawan Banten Bangkit.....	90
4.2.1.1.2	<i>Screen Capture Facebook</i> Relawan Banten Bangkit.....	91
4.2.1.1.3	<i>Screen Capture Facebook</i> Relawan Banten Bangkit.....	92
4.2.1.1.4	<i>Screen Capture Facebook</i> Relawan Banten Bangkit.....	93
4.2.1.1.5	<i>Screen Capture Facebook</i> Relawan Banten Bangkit.....	95
4.2.1.1.6	<i>Screen Capture Facebook</i> Relawan Banten Bangkit.....	95
4.2.1.1.7	<i>Screen Capture Facebook</i> Relawan Banten Bangkit.....	96
4.2.1.1.8	<i>Screen Capture Facebook</i> Relawan Banten Bangkit.....	97
4.2.1.1.9	<i>Screen Capture Facebook</i> Relawan Banten Bangkit.....	98
4.2.1.2	<i>Screen Capture Twitter</i> Ranodoelkarno.....	100
4.2.1.2.1	<i>Screen Capture Twitter</i> Ranodoelkarno.....	102
4.2.1.2.2	<i>Screen Capture Twitter</i> Ranodoelkarno.....	103
4.2.1.2.3	<i>Screen Capture Twitter</i> Ranodoelkarno.....	105
4.2.1.3	<i>Screen Capture Instagram</i> si.rano.....	106
4.2.1.3.1	<i>Screen Capture Instagram</i> si.rano.....	107
4.2.1.3.2	<i>Screen Capture Instagram</i> si.rano.....	108
4.2.1.3.3	<i>Screen Capture Instagram</i> si.rano.....	108
4.2.1.3.4	<i>Screen Capture Instagram</i> si.rano.....	109
4.2.1.3.5	<i>Screen Capture Instagram</i> si.rano.....	110

Daftar Tabel

3.5 Rancangan Jadwal Penelitian.....	71
--------------------------------------	----



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam kehidupan sehari-hari interaksi antarmanusia merupakan hal yang sangat penting. Tanpa interaksi tidak mungkin terbentuk masyarakat. Interaksi masyarakat terjadi melalui kegiatan berkomunikasi. Oleh karena itu komunikasi menjadi sesuatu yang penting dalam kehidupan

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa latin *communis* berarti sama *communico*, *communicatio*, *communicare*, yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama atau *communis* paling sering disebut sebagai asal komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan yang dianut secara sama. Akan tetapi, definisi-definisi kontemporer menyarankan bahwa komunikasi merujuk pada cara berbagai hal-hal tersebut, seperti dalam kalimat “kita berbagi pikiran”, “kita mendiskusikan makna”, dan “kita mengirimkan pesan”

Komunikasi adalah kebutuhan pokok manusia yang tidak dapat diabaikan karena hanya dengan komunikasi kita dapat memperoleh informasi dan berinteraksi dengan sesama. Perbedaan paham, ras, etnik,

suku, dan agama sering menjadi hambatan manusia dalam berkomunikasi satu sama lain. pada dasarnya komunikasi punya beberapa fungsi salah satunya adalah fungsi sosial. Komunikasi merupakan mekanisme untuk mensosialisasikan norma-norma budaya masyarakat, baik secara horizontal, dari suatu masyarakat kepada masyarakat lainnya, ataupun secara vertikal, dari suatu generasi kepada generasi berikutnya. (Mulyana, 2007: &7).

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Komunikasi memiliki berbagai fungsi di antaranya menurut Rudolph F. Verderber mengemukakan bahwa komunikasi mempunyai dua fungsi. *Pertama*, fungsi sosial, yakni untuk tujuan kesenangan, untuk menunjukkan ikatan dari orang lain, membangun dan memelihara hubungan. *Kedua*, fungsi pengambilan keputusan, yakni memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada saat tertentu. (Mulyana, 2007: 5)

Setiap pola komunikasi memiliki konteksnya sendiri yang akan mempengaruhi pergerakan dan penyebaran informasi kepada masyarakat. Indikator paling umum untuk mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteksnya atau tingkatnya adalah jumlah peserta yang terlibat dalam komunikasi, antara lain: komunikasi antarpribadi, komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok (kecil), komunikasi publik, komunikasi organisasi dan komunikasi massa. (Mulyana, 2008: 78).

Manusia sebagai makhluk social tidak bisa terlepas dari apa yang namanya interaksi dengan sesamanya. Oleh karena itu manusia membutuhkan interaksi secara kelompok maupun organisasi. Kelompok merupakan bentuk kebutuhan interaksi manusia untuk melakukan hubungan antarmanusia yang dapat diwujudkan dalam bentuk organisasi. Organisasi inilah yang akan membentuk tingkah laku, serta persepsi manusia.

Pentingnya informasi dilaksanakan, komunikasi adalah unsur utama yang menjadi penggerak proses pengelolaan sebuah organisasi. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa dalam manajemen sebuah organisasi kebanyakan waktu yang digunakan adalah untuk berkomunikasi.

Komunikasi organisasi terjadi dalam organisasi, baik bersifat secara formal maupun informal dan berlangsung dalam jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Oleh karena itu, organisasi dapat diartikan sebagai kelompok dari kelompok. Komunikasi organisasi sering kali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi, dan adakalanya komunikasi publik (Mulyana, 2007: 83).

Pentingnya komunikasi dalam setiap pelaksanaan berbagai kegiatan atau kerja suatu organisasi, menjadikannya sebagai penentu dalam mengukur keefektifan dan efisiensi dari organisasi tersebut. Seiring akan dilaksanakannya pesta demokrasi di Indonesia pada tanggal 15

Februari 2017, gegap gempita pun mulai terasa di seluruh Indonesia karena Pencoblosan Pilkada serentak di Indonesia. Setiap pemilu pasti ada kampanye. Seperti halnya pada kegiatan kampanye di Indonesia yang setiap 5 tahun sekali menyelenggarakan pemilihan umum, mulai dari pemilihan Presiden, Gubernur, maupun pemilihan Walikota. Kegiatan kampanye tidak pernah terlepas dari partai politik karena partai politik yang menentukan siapa pasangan yang akan menjadi pemimpin Indonesia, wilayah maupun kota. Setiap pemilu pasti ada kampanye. Hal ini ditujukan untuk mengenalkan program masing-masing calon Kepala daerah masing-masing wilayah. Untuk itu tugas dari tim sukses dari pasangan calon kepala daerah mempunyai beban yang di emban untuk memenangkan pasangan yang akan didukungnya pada pemilihan kepala daerah 15 Februari 2017. Calon Gubernur Rano Karno mendapat dukungan dari tiga partai politik yaitu PDI Perjuangan, Partai Nasional Demokrat dan Partai Persatuan Pembangunan. Disini peneliti memilih Partai Persatuan Pembangunan yang akan dijadikan penelitian oleh peneliti karena Partai Persatuan Pembangunan adalah salah satu partai besar yang ada di Indonesia serta mempunyai pengaruh yang cukup besar jika menjadi tim sukses. Selain itu alasan peneliti memilih Partai Persatuan Pembangunan sebagai tim sukses calon gubernur Rano Karno karena peneliti lebih mudah mendapatkan data yang akan dijadikan bahan penelitian peneliti. Untuk mencapai tujuan bersama tim sukses Partai Perstauan Pembangunan.

Program yang dilakukan oleh calon gubernur Rano Karno yaitu, 1. meningkatkan Infrastruktur dengan artian memantapkan pembangunan infrastruktur wilayah dan kawasan untuk pemenuhan layanan dasar dan untuk daya saing daerah (Mingkatkan jalan provinsi dengan pemeliharaan dan pembangunan berkelanjutan, mengembangkan ekonomi pesisir terpadu sebagai sabuk maritim, membangun infrastruktur air bersih, persampahan, energy dan sistem transportasi untuk menjadikan Banten sebagai provinsi yang cerdas). 2. Pertumbuhan ekonomi dengan artian menciptakan ekosistem ekonomi yang sinergi antapelaku usaha dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih berkualitas dengan iklim investasi yang kondusif serta keberpihakan pada masyarakat. 3. Meningkatkan kualitas sumberdaya manusia yang sehat, cerdas, berbudaya dan budaya saing. 4. memperkuat sinergi pembangunan daerah melalui kerjasama pembangunan antar pemerintah pusat, Provinsi, dan Kabupaten/Kota yang selaras dan seimbang. 5. meningkatkan kinerja pemerintah daerah yang bersih dan berintegritas menuju tata kelolaa pemeintahan yang berkualitas.¹

Rano Karno adalah calon gubernur Banten yang masih menjabat menjadi gabernur Banten dan menjadi calon gubernur *incumbent* pada pemilihan tanggal 15 Februari 2017. Rano Karno mempunyai popularitas sebagai actor Indonesia yang dikenal sebagai si Doel yang mampu menjadi kunci kemenangan Rano Karno namu Rano Karno tidak mempunyai

¹ www.wartakota.tribunnews.com diakses pada tanggal 17 April 2017 pada pukul 20.00 WIB

elektabilitas sebagai pemimpin karena Rano Karno tidak memiliki pengalaman didalam dunia politik

Tim sukses adalah pemegang tugas dan tanggung jawab dalam pemilihan umum kepala daerah untuk pasangan calon gubernur. Tim sukses adalah orang kepercayaan pasangan calon gubernur, untuk itu perlu berhati-hati dalam melakukan kegiatan aktivitas, untuk merealisasikan program kerja serta dapat mensosialisasikan visi dan misi pasangan calon, agar dapat dipahami secara lebih jelas oleh masyarakat pemilih suara. Tim sukses dituntut untuk menjalankan program serta dapat meningkatkan kesadaran masyarakat agar partisipasi dan kepedulian dalam pemilihan umum kepala daerah (pilkada) tentang perlunya perubahan baru dalam pemerintahan yang akan datang. Tim sukses diperlukan proaktif didalam proses identifikasi masalah, karakter dan budaya masyarakat daerah, agar program tim sukses tepat sasaran, untuk kegiatan pelaksanaan kampanye calon kandidat, agar dukungan dari masyarakat pemilih sesuai dengan yang diharapkan. Program tim sukses harus menitik beratkan mengenai, membangun kesadaran kritis untuk pemerintahan yang akan datang agar tercipta kesejahteraan dan rasa keadilan masyarakat. Disini peneliti memakai tim sukses Partai persatuan pembangunan karena Partai tersebut salah satu tim pemenang dari pasangan calon gubernur Rano Karno dalam pemilihan calon gubernur Banten 2017.

Tim sukses adalah orang yang sangat berpengaruh dalam usaha pemenangan calon pasangan Gubernur, diutamakan orang yang sudah memiliki kemampuan secara manajerial serta loyalitas dan tidak dapat diragukan serta mempunyai visi dan misi jangka panjang untuk orientasi dalam pemenangan calon, tanpa mengenal waktu dalam melaksanakan kegiatan sebagai tim sukses.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin menganalisis kampanye yang dilakukan oleh tim sukses Partai Perstauan Pembangunan calon Gubernur Banten 2017 Rano Karno dengan mengetahui bentuk kampanye sosial media tim sukses Partai Persatuan Pembangunan calon Gubernur Banten.

Tim sukses Partai Perstauan Pembangunan Rano Karno melakukan edukasi dan kampanye melalui platform media social seperti Facebook, Twitter, dan Instagram. Memberikan informasi mengenai Rano karno yang menjadi kandidat dalam calon Gubernur Banten 2017.

Secara spesifik tujuan yang diharapkan agar masyarakat Banten dapat memilih Rano Karno untuk menjadi Gubernur Banten 2017. Karena Sosial media mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam menyebarkan calon Gubernur Rano Karno dalam pemilihan Gubernur Banten 2017.

Data hasil pemilihan calon gubernur Banten sudah menemukan hasilnya dan Calon Gubernur Rano Karno kalah dalam pemilihan oleh pasangan Wahidin - Andika dengan presentase pasangan nomor 1 Wahidin

– Andika 50,93% dan pasangan nomor 2 Rano Karno – Mulyana Syarif 49,07%. Perbedaan presentase hanya 1,86% Rano Karno harus menerima kekalahan. Hasil itu berdasarkan hasil perhitungan final scan C1 KPU RI (real count) Senin (20/2). Data dari 16.540 TPS, menunjukkan Wahidin – Andika meraih kemenangan dengan 50,93% sementara Rano – Embay 49,07%. Suara Wahidin – Andika mencapai 2.405.603 suara sementara Rano – Embay meraih 2.317.866 suara. Jumlah total pemilih mencapai 7.732.493 sementara yang menggunakan hak pilihnya hanya 4.874.668 orang.²

Data hasil pemilihan gubernur Banten menunjukkan bahwa Rano Karno kalah dalam pemilihan gubernur Banten dengan pasangan nomor 1 yaitu, Wahidin – Andika. Rano Karno unggul di 6 dari 7 kota yang ada di Banten hanya kalah di kota Tangerang Rano Karno gagal menjadi gubernur Banten 2017-2022.

Bentuk kampanye yang dilakukan Partai Persatuan Pembangunan dengan memberikan postingan-postingan seperti, foto, video dan kegiatan kampanye yang dilakukan oleh Partai Persatuan Pembangunan. Postingan-postingan tersebut di posting di sosial media Facebook (relawan Banten bangkit), instagram (si.rano), twitter (ranodoelkarno).

Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti tentang bentuk kampanye sosial media tim sukses Partai Perstauan Pembangunan calon

² www.kumparan.com diakses pada tanggal 17 April 2017 pada pukul 20.00 WIB

Gubernur Rano Karno dalam pemilihan gubernur Banten 2017, karena memiliki suatu hal yang unik untuk di teliti. Adapun penelitian sejenis mengenai tentang evaluasi kampanye tim sukses Partai Perstauan Pembangunan calon gubernur Rano Karno dalam pemilihan gubernur banten 2017.

1. Peneliti Zaki Fakaruddin, Peminatan Humas, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka tahun 2009. **Evaluasi Kebijakan Program Kartu Jakarta Sehat bagii warga RW 001 Kelurahan Gandiria Utara.** Dengan Pendekatan kuantitatif, penelitian Positivisme, metode survey. Dari penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa hasil penelitian ini menjelaskan mayoritas warga yang mempunyai kartu Jakarta Sehat setuju dengan adanya Program Kebijakan Kartu Jakarta Jakarta Sehat.
 Persamaan dari penelitian sebelumnya yang disusun oleh Zaki Fakkarudin dengan penelitian saya adalah sama-sama meneliti bagaimana evaluasi yang dilakukan setelah membuat tindakan. Pembeda dari penelitian terdahulu dengan saya adalah penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kuantitatif, Paradigma Positivisme, dan metode survey sedangkan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, paradigm konstruktivisme, dan metode studi kasus.
2. Peneliti Ervina Susan Arianti, Hubungan Masyarakat, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka tahun 2010. **Evaluasi Strategi Komunikasi Humas PT Pertamina (Persero) dalam mensosialisasikan**

kebijakan pembatasan BBM untuk mobil mewah pribadi. Dengan menggunakan teori Komunikasi Organisasi, Strategi komunikasi, Teori pendukung teori komunikasi simetris dua arah menerapkan empat proses humas yang meliputi penemuan fakta, perencanaan program, mengambil tindakan dan komunikasi, dan evaluasi program. Pendekatan Kualitatif, penelitian deskriptif, metode studi kasus. Hasil penelitian yang didapat adalah pelaksanaan strategi komunikasi dan evaluasi strategi komunikasi dalam mensosialisasikan pembatasan BBM PSO bukan untuk kendaraan mewah tetapi kendaraan umum dan kendaraan di bawah 1300 cc. Namun hasilnya adalah *zero feedback* dan *negative feedback*.

Persamaan dari penelitian sebelumnya yang disusun oleh Ervina Susan Arianti dengan penelitian saya adalah pendekatan yang digunakan Kualitatif, metode yang digunakan studi kasus. Sedangkan perbedaan dari penelitian saya dengan penelitian terdahulu adalah peneliti terdahulu menggunakan teori strategi, teori Komunikasi organisasi dan teori pendukung teori komunikasi simetris sedangkan peneliti hanya menggunakan teori tahapan perubahan.

3. Peneliti Ariessa Tri M Damanik, Peminatan Humas, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka tahun 2009. Evaluasi Program kerja Humas PT Bakrie Telecom Tbk dalam menyikapi Kontroversi iklan esia Bispak. Pendekatan Kualitatif, Jenis penelitian deskriptif, metode studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas BTEL melakukan

evaluasi dengan mengidentifikasi dan menganalisis hasil akhir peluncuran iklan esia bispka dari sisi *budgeting*. Dalam menyikapi kontroversi iklan esia bispka Humas BTEL memilih strategi defensive dengan cara mengulur-ulur waktu meski pada akhirnya mencabut iklan tersebut atas teguran Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia (BRTI), Yayasan Lembaga Konsumen (YLKI) dan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Humas BTEL lebih menfokuskan pada target penjualan dan bukan pada respon khalayak.

Persamaan dari penelitian sebelumnya yang disusun oleh Ariesha Tri M Damanik dengan penelitian saya adalah pendekatan kualitatif dan metode studi kasus. Sedangkan pembeda dari penelitian saya dengan peneliti terdahulu adalah jenis penelitian yang digunakan peneliti terdahulu yaitu deskriptif sedangkan peneliti menggunakan jenis penelitian evaluative.

1.2 Perumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk kampanye sosial media yang dijalankan oleh tim sukses Partai Persatuan Pembangunan ?

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah merupakan upaya untuk membatasi ruang lingkup permasalahan penelitian agar lebih fokus. Maka dari itu pada penelitian ini fokus peneliti hanya pada, Bentuk kampanye yang dilakukan

oleh tim sukses Parati Persatuan Pembangunan dalam mengenalkan calon Gubernur Rano Karno.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk memahami bentuk kampanye sosial media yang dilakukan oleh tim sukses Partai Persatuan Pembangunan.

1.5 Kontribusi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat positif baik secara akademis maupun praktis.

1.5.1 Kontribusi Akademis

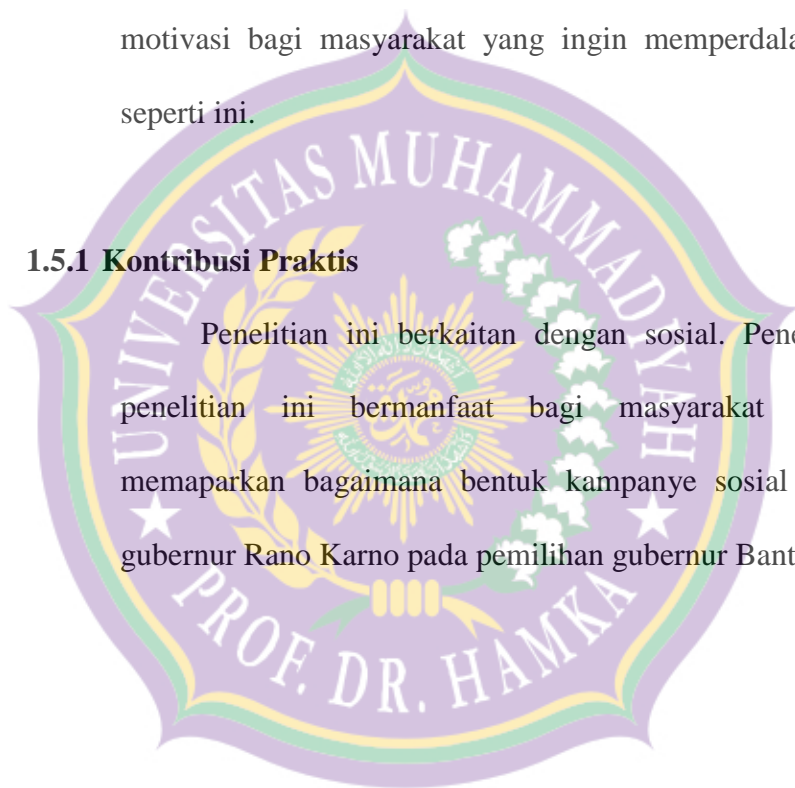
Bagi pihak Program Studi Ilmu Komunikasi, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan penelitian di bidang disiplin Ilmu Komunikasi, khususnya mengenai Teori Informasi organisasi pada bentuk kampanye sosial media calon gubernur Rano Karno pada pemilihan gubernur Banten 2017. Bagi pihak lain diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan komunikasi, khususnya mahasiswa untuk dijadikan acuan dan rujukan penelitian sejenis atau penelitian lanjutan dan memberikan sumbangan bagi perkembangan Ilmu Komunikasi khususnya Humas.

1.5.2 Kontribusi Metodologis

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif yang mempunyai tujuan menggali informasi secara mendalam mengenai bentuk kampanye sosial media calon gubernur Rano Karno pada pemilihan gubernur Banten 2017. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi motivasi bagi masyarakat yang ingin memperdalam penelitian seperti ini.

1.5.1 Kontribusi Praktis

Penelitian ini berkaitan dengan sosial. Peneliti berharap penelitian ini bermanfaat bagi masyarakat luas. Dapat memaparkan bagaimana bentuk kampanye sosial media calon gubernur Rano Karno pada pemilihan gubernur Banten 2017.



1.6 Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian

a. Kelemahan Penelitian

Bentuk kampanye sosial media yang dilakukan oleh Partai Persatuan Pembangunan kurang begitu diketahui oleh masyarakat Banten

b. Keterbatasan Penelitian

Sulitnya mencari informasi dari informan Partai Persatuan Pembangunan karena kesibukan partai.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran secara keseluruhan mengenai materi pokok penelitian ini, penulis membaginya dalam bab-bab yang terdiri atas:

Peneliti ingin menyampaikan informasi dan pokok-pokok pikiran, peneliti menyusun proposal skripsi ini secara sistematis agar mudah dipahami yang dibagi dalam tiga bab dengan susunan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini peneliti ingin menyampaikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian kontribusi penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II : KERANGKA TEORI

Pada bab ini peneliti ingin menyampaikan tentang paradigma yang digunakan konstruktivisme, hakekat komunikasi (pengertian, model, elemen, fungsi, dan konteks komunikasi), teori peminatan kehumasan, R teori

informasi organisasi, teori yang terkait, teori utama (*grand theory*), dan teori-teori lainnya.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini peneliti ingin menyampaikan pendekatan penelitian, metode penelitian, jenis penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi penelitian dan jadwal penelitian.



DAFTAR PUSTAKA

Dari Buku

- A. Fuchan. 2004. Pengantar Penelitian Dalam Pendidikan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Antara Venus. 2007. Manajemen Kampanye. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Ardianto, Elvinaro. 2007. Komunikasi Massa. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Arifin, Anwar. 2003. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Jakarta : PT Elex.
- Ary, Donald, Lucy Cheser Jacobs & Asghar Razavieh. 1982. Pengantar. Penelitian dalam Pendidikan
- Betrand. R. Canfield. 1968. Public Relation Principles : Case And Problem. USA
- Bodgan & Biklen. 1982. Pengantar Studi Penelitian. Bandung: PT. ALFABETA
- Burhan, Bungin. 2007. Penelitian Kualitatif. Jakarta: Kencana Depdikbud
- Cutlip, Scott.m., Center Allen.H, dan Broom, Glen.M. 2009. Effective Public.
- Effendy, Uchjana Onong. 2000. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Ucjana Onong. 2007. Ilmu Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- F. Rachmadi. 1992. *Public Relation Dalam Teori & Praktek* . Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Frank Jefkins. 1995. *Public Relations*, Jakarta: Erlangga.
- Iriantara, Yosol. 2007. Community Relations (Konsep dan Aplikasinya). Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Kasali, Rhenald. 1994. Manajemen Public Relations. Jakarta : PT Pustaka Utama Grafiti.
- Kirk, J. & Miller, M. L. 1986. Metode Penelitian Kualitatif. Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan AMP. YKPN
- Kriyantono, Rahmat. 2010. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana
- Miles, M. B. & A.M Huberman. 1994. *Qualitative Data Analysis*. California: Sage Publications
- Moleong, Lexy, J. 2004. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung : Remaja Rosdakarya

- Muhammad, Arni. 2007. Komunikasi organisasi. Jakarta : Bumi Aksara
- Mulyana, Deddy. 2002. *Ilmu Komunikasi; Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Lattimore, Otis Baskin, Suzette T.Heiman, Elizabeth L.Toth.2010. *Public Relation: Profesi dan Praktik*. Jakrta: Salemba Humanika
- Pace, R Wayne dan Faules Don F. 2010. Komunikasi Organisasi, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Robbins, Stephen P. 2002. Perilaku Organisasi. Jakarta: Prenhalindo
- Robert K. Yin. 1987. Idesain dan Metode. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Ruslan, Rosady. 2007. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Salim, Agus. 2001. Teori dan Paradigma sosial. Yogyakarta. Tiara Wacana
- Stake, Robert E. 2005. *Case Study Methods in Edeucational Research: Seeking Sweet Water. In R. M Jaeger (Ed). Complementary Methods for Research in Educational*
- Stephens, Robbins. 2002. Prinsi-Prinsip Organisasi (Alih bahasa oleh Halida dan Dewi Sartika, edisi ke-5). Erlangga.
- Sukidin. 2002. Metode Penelitian Kualitatif Perspektif Mikro. Surabaya: Insan Cendikia
- Sukmadinata. 2006. Metode Penelitian Pendidikan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Vardiansyah, Dani. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wasesa, Silih, Agung. 2005. Strategi Public Relations, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- West, Richard dan Lynn H. Tuner. 2008. Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi. Jakarta: Salemba Humanika

Penelitian Terdahulu:

- Peneliti Zaki Fakaruddin, Peminatan Humas, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka tahun 2009. Evaluasi Kebijakan Program Kartu Jakarta Sehat bagii warga RW 001 Kelurahan Gandiria Utara. Dengan Pendekatan kuantitatif, penelitian Positivisme, metode survey.
- Peneliti Ervina Susan Arianti, Hubungan Masyarakat, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka tahun 2010. Evaluasi Strategi Komunikasi Humas PT Pertamina (Persero) dalam mensosialisasikan kebijakan pembatasan BBM untuk mobil mewah pribadi. Dengan menggunakan teori Komunikasi Organisasi, Strategi komunikasi, Teori pendukung teori komunikasi simetris dua arah menerapkan empat proses humas yang meliputi penemuan fakta, perencanaan program, mengambil tindakan dan komuniakasi,