

**LAPORAN SKRIPSI**

**ANALISIS ISI KAMPANYE “SEMARANG HEBAT”  
PADA MEDIA *ONLINE* LOKAL  
(KUASAKATA.COM, JAWAPOS.ID, DAN JATENGNEWS.ID)**



Disusun Oleh:

**FITRI AYU NINGSIH**

**18.M1.0093**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

**2023**

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**ANALISIS ISI KAMPANYE “SEMARANG HEBAT”  
PADA MEDIA *ONLINE* LOKAL  
(KUASAKATA.COM, JAWAPOS.ID, DAN JATENGNEWS.ID)**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 dalam ilmu komunikasi



Disusun Oleh:

**FITRI AYU NINGSIH**

18.M1.0093

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

**2023**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fitri Ayu Ningsih

NIM : 18.M1.0093

Progid / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Hukum dan Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul Analisis Isi Kampanye pada Media *Online* Lokal (Kuasakata.com, Jawapos.id, Jatengnews.id) tersebut bebas plagiasi. Akan tetapi bila terbukti melakukan plagiasi maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 31 Januari 2023

Yang Menyatakan



Fitri Ayu Ningsih



**HALAMAN PENGESAHAN**

**Judul Skripsi**

**ANALISIS ISI KAMPANYE “SEMARANG HEBAT” PADA MEDIA  
ONLINE LOKAL**

**(KUASAKATA.COM, JAWAPOS.ID, JATENGNEWS.ID)**

Skripsi ini disusun oleh:

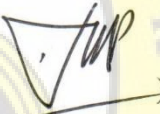


NAMA : FITRI AYU NINGSIH

NIM : 18.M1.0093

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal: Januari 2023

Dosen Penguji:

1. Abraham Wahyu Nugroho, S.I.Kom., M.A (  )
2. Rotumiari Pasaribu S.S., M.I.Kom (  )
3. F. Aggiornamento Sainzio, S.Fil., M.I.Kom (  )

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 dalam Ilmu Komunikasi

Pada tanggal: Januari 2023

Dr. Marcella Elyvina Simandjuntak, SH., CN., M.Hum

Dekan Fakultas Hukum dan Komunikasi

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang



**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama: : Fitri Ayu Ningsih  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Hukum dan Komunikasi  
Jenis Karya : Laporan Ilmiah

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas karya ilmiah yang berjudul “Analisis Isi Kampanye “Semarang Hebat” pada Media *Online* Lokal (Kuasakata.com, Jawapos.id, dan Jatengnews.id) beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 31 Januari 2023

Yang menyatakan



Fitri Ayu Ningsih

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Isi Kampanye Semarang Hebat Pada Media Online Lokal (Kuasakata.com, Jawapos.id, dan Jatengnews.id) dengan baik.

Peneliti menyadari bahwa keberhasilan dalam proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak yang telah memberikan saran, waktu, bantuan, bimbingan, dan nasihat yang sangat bermanfaat bagi peneliti selama proses penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua serta kakak dari peneliti yang telah memberikan dukungan, nasihat, motivasi, dan hiburan yang telah diberikan kepada peneliti sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Abraham Wahyu Nugroho., S.I.Kom., M.A selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi. Terima kasih telah memberikan informasi yang berkaitan dengan pembelajaran dan bekal ilmu kepada peneliti selama peneliti mengikuti kegiatan perkuliahan
3. Bapak Abraham Wahyu Nugroho., S.I.Kom., M.A selaku dosen pembimbing. Terima kasih telah memberikan bimbingan, masukan, nasihat, serta dukungan dalam penyusunan skripsi ini.



4. Ibu Rotumiar Pasaribu, SS., M.I.Kom Sebagai dosen pembimbing. Terima kasih telah memberikan bimbingan, masukan, nasihat, serta saran sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. F. Aggiornamento Sainio, S.Fil., M.I.Kom selaku dosen penguji. Terima kasih telah memberikan masukan, arahan, kritik, serta saran sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Seluruh tenaga pengajar dan staff tata usaha Fakultas Hukum dan Komunikasi Unika Soegijapranata Semarang yang dengan baik telah memberikan fasilitas pembelajaran dan bekal ilmu kepada peneliti selama peneliti mengikuti kegiatan perkuliahan.
7. Seluruh staff perpustakaan Universitas Katolik Soegijapranata yang dengan baik telah memberikan fasilitas pembelajaran yang baik dan membantu peneliti selama mengalami kesulitan dalam mencari referensi skripsi.
8. Kepada teman-teman peneliti Chatarine dan Aprilia sebagai teman seperjuangan yang telah mendukung dan membantu satu sama lain selama proses penyusunan skripsi.
9. Seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi 2018 yang saling memberikan informasi, semangat dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini

Semarang, 31 Januari 2023



Fitri Ayu Ningsih

18.M1.0093



## ABSTRACT

*The use of online media in the current digital era can be used as a media campaign. During the Covid-19 period, the use of online media was chosen as one of the media for channeling campaigns because it was practical. The news chosen by the media in conveying campaign messages related to "Semarang Hebat" online localmedia online was chosen as the medium for conveying campaign messages that the public hopes can participate and the messages conveyed can be clearly received. This research refers to content analysis of the Semarang Hebat Campaign using a qualitative method approach. The data obtained from the results of this study, namely through observation and documentation assisted by content analysis that has been classified with the help of voyant tools that have been compiled by researchers.*

*The results of this study suggest that the news with the tagline "Semarang Hebat" on the online Kuasakata.com, Jawapos.id, and Jatengnews.id is a work program that the mayoral candidate wants to carry out during the campaign period. In practice, the three online have not implemented the seven 7C elements in the public relations. Of the seven existing news, there are only four news that meet the 7C element criteria, namely on the points of credibility, content, context, channels and capability of the audience. This research concludes that news with the tagline "Semarang Hebat" on the online Kuasakata.com, Jawapos.id, and Jatengnews.id has not been implemented effectively because the campaign on news that discusses "Semarang Hebat" is still too little information to convey. It is hoped that in the future, the media of Kuasakata.com, Jawapos.id, and Jatengnews.id will be able to fully implement the 7C elements so that the campaigns carried out can achieve the desired goals and reach the entire community.*

**Keywords :** *tagline, campaign, media online, semarang hebat*

## ABSTRAK

Penggunaan media online di era digital saat ini dapat digunakan sebagai media kampanye. Pada masa *Covid-19*, penggunaan media online dipilih sebagai salah satu media untuk menyalurkan kampanye karena bersifat praktis. Berita yang dipilih media dalam menyampaikan pesan kampanye terkait “Semarang Hebat” yakni media *online* lokal. Media *online* lokal dipilih sebagai media untuk menyampaikan pesan kampanye yang diharapkan masyarakat dapat berpartisipasi dan pesan yang tersampaikan dapat diterima dengan jelas. Penelitian ini mengacu pada analisis isi kampanye semarang hebat dengan menggunakan pendekatan metode kualitatif. Data yang diperoleh dari hasil penelitian ini yakni melalui observasi dan dokumentasi yang dibantu dengan analisis isi yang sudah diklasifikasi dengan bantuan alat ukur *voyant tools* yang telah disusun oleh peneliti.

Hasil penelitian ini mengemukakan bahwa berita dengan *tagline* “Semarang Hebat” pada media *online* Kuasakata.com, Jawapos.id, dan Jatengnews.id merupakan sebuah program kerja yang hendak dilakukan calon walikota selama masa kampanye berlangsung. Dalam pelaksanaannya, ketiga media *online* tersebut belum menerapkan ketujuh unsur 7C pada strategi kampanye *public relations*. Dari ketujuh berita yang ada, hanya terdapat empat berita yang memenuhi kriteria unsur 7C yakni pada poin *credibility, content, context, channels* dan *capability of the audience*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa berita dengan *tagline* “Semarang Hebat” pada media *online* Kuasakata.com, Jawapos.id, dan Jatengnews.id belum berjalan secara efektif untuk dilaksanakan karena kampanye pada berita yang membahas “Semarang Hebat” masih terlalu minim informasi yang akan disampaikan. Diharapkan untuk kedepannya, media Kuasakata.com, Jawapos.id, dan Jatengnews.id dapat menerapkan unsur 7C dengan lengkap agar kampanye yang dilakukan dapat mencapai tujuan yang diinginkan dan menjangkau kepada seluruh masyarakat.

**Kata kunci :** *tagline*, kampanye, media *online*, semarang hebat

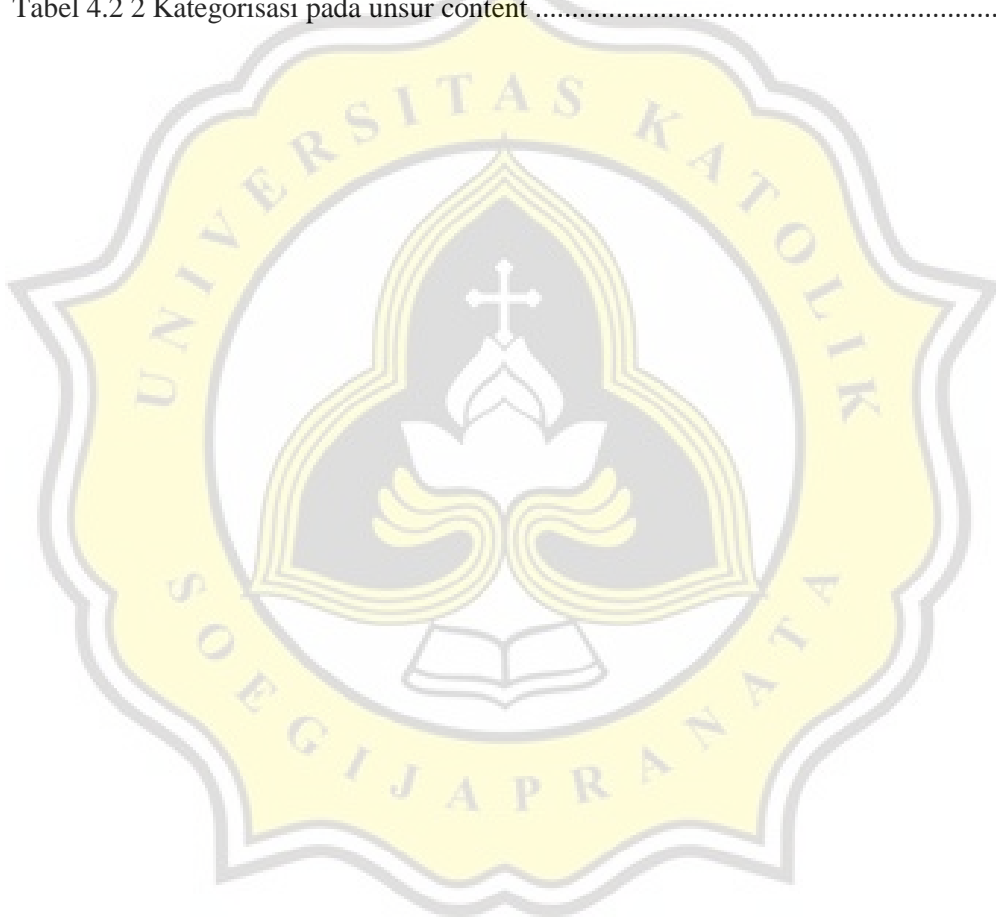
## DAFTAR ISI

LAPORAN TUGAS AKHIR .....	i
HAKAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS ...	v
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR BAGAN.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Kegunaan Penelitan .....	5
1.4.1 Kegunaan Teoritis .....	5
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	5
1.5 Lokasi dan Tatakala Penelitian.....	6
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Akhir.....	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Brand Identity .....	11
2.3 City Branding.....	13
2.4 Kampanye .....	14
2.4.1 Fungsi Kampanye .....	15
2.4.2 Saluran Kampanye .....	16
2.4.3 Pelaku Kampanye.....	17

2.4.4	Strategi Kampanye Public Relations .....	17
2.5	Media <i>Online</i> .....	18
2.5.1	Kuajakata.com .....	19
2.5.2	Jawapos.id (radar semarang) .....	20
2.5.3	Jatengnews.id.....	20
2.6	Kerangka Berpikir .....	21
BAB III	.....	23
METODE PENELITIAN	.....	23
3.1	Jenis Penelitian.....	23
3.2	Analisis Isi.....	24
3.3	Unit Analisis Data .....	27
3.4	Sumber Data .....	27
3.4.1	Data Primer .....	27
3.4.2	Data Sekunder .....	27
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	28
3.5.1	Observasi.....	28
3.5.2	Dokumentasi .....	30
3.6	Teknik Analisis Data .....	30
BAB IV	.....	32
HASIL DAN PEMBAHASAN	.....	32
4.1	Gambaran Umum.....	32
4.2	Pembahasan.....	33
BAB V	.....	41
PENUTUP	.....	41
5.1	Kesimpulan.....	41
5.2	Saran .....	41
DAFTAR PUSTAKA	.....	43

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tatakala Penelitian.....	6
Tabel 3. 2 Klasifikasi Kata Analisis Isi.....	25
Tabel 4.2 1 Kategorisasi pada unsur credibility.....	34
Tabel 4.2 2 Kategorisasi pada unsur content.....	36



## DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 6 Kerangka Berpikir.....	21
-----------------------------------	----

