

LAPORAN PENELITIAN

**ANALISIS ISI PEMBERITAAN KAMPANYE
SEMARANG HEBAT PADA MEDIA ONLINE**



Ketua:

[5812014294] ROTUMIAR PASARIBU, S.S., M.I.Kom.

Anggota:

[5812016305] ABRAHAM WAHYU NUGROHO, S.I.Kom., M.A.

**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

PENGESAHAN LAPORAN PENELITIAN

1. Judul : Analisis Isi Pemberitaan Kampanye Semarang Hebat pada Media Online
2. Ketua Tim
 - a. Nama : ROTUMIAR PASARIBU, S.S., M.I.Kom.
 - b. NPP : 5812014294
 - c. Program Studi : Ilmu Komunikasi
 - d. Perguruan Tinggi : Unika Soegijapranata
 - e. Alamat Kantor/Telp/Faks/surel : rotumiarpasaribu@unika.ac.id
3. Anggota Tim
 - a. Jumlah Anggota : Dosen 1 orang
Mahasiswa 0 orang
4. Biaya Total : Rp. 0,00

Mengetahui,
Dekan Hukum Dan Komunikasi,

Semarang, Januari 2023
Ketua Tim Pengusul

Dr. MARCELLA ELWINA
SIMANDJUNTAK, S.H., CN., M.Hum.
NPP : 5811994161

ROTUMIAR PASARIBU, S.S., M.I.Kom.
NPP : 5812014294

Menyetujui,
Kepala LPPM

Dr. Y. TRIHONI NALESTI DEWI, S.H., M.Hum.

Anggota Dosen:
[5812016305]ABRAHAM WAHYU NUGROHO, S.I.Kom., M.A.,



Catatan:

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 ayat 1 :
'Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah'
- Dokumen ini telah diberi tanda tangan digital, tidak memerlukan tanda tangan dan cap basah
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan menggunakan qr code yang telah tersedia

BERITA ACARA REVIEW

Program Studi Ilmu Komunikasi - Hukum Dan Komunikasi
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang

Pada hari ini, 20 Oktober 2022 telah diadakan review kegiatan penelitian/pengabdian dengan judul:

Analisis Isi Pemberitaan Kampanye Semarang Hebat pada Media Online

Dengan catatan review sebagai berikut:

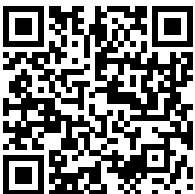
- 1. Dalam konteks kota Semarang, kajian terhadap tagline “Semarang Hebat” menarik untuk dilakukan. 2. Jika Jenis kampanye “Semarang Hebat” yang akan dicari dan ditemukan yakni a. Kampanye informatif, b. kampanye persuasive, c. Kampanye berbasis dialog, apakah memungkinkan ditemukan hanya di 5 media? (suaramerdeka.com, tribunnews.com, kuasakata.com, jawapos radarsemarang.id dan jatengnews.id periode Januari 2019 hingga Agustus 2022). Bagaimana dengan berbagai media yang dimiliki Pemkot Semarang? 3. Kiranya perlu dipersiapkan metode analisis yang jelas dan ketat agar dapat Pesan kampanye berupa Format,. Tone, Konteks, Waktu dan Pengulangan dapat dianalisis secara tepat
- analisis dan kesimpulan perlu dipertajam terkait dengan branding politik.
- 1. Topik mengenai kampanye ‘Semarang Hebat’ ini menarik untuk diteliti karena sifatnya yang membumi; meneliti rumah sendiri yang dekat secara personal, baik geografis maupun emosional. Hasil dari penelitian ini, menurut keyakinan saya, akan menjadi sumber masukan akademik yang penting bagi upaya-upaya kampanye publik oleh pemerintah di masa depan. 2. Setelah membaca draft proposal penelitian ini nampaknya saya menemukan kerancuan antara konsep city branding dan konsep city tagline yang digunakan di dalam penelitian ini. Misalnya bahwa, menurut pengakuan peneliti, ‘Semarang Hebat’ adalah sebuah city tagline namun penjelasan konseptual yang dipakai di dalam penelitian ini justru mengenai city branding. Padahal, sekali lagi menurut pengakuan peneliti, city branding adalah hal yang berbeda dengan city tagline. Maka sebaiknya kerancuan ini dapat diselesaikan dahulu, seperti misalnya menjawab pertanyaan mengenai apa perbedaan konseptual dan teknis-praktis antara city branding dan city tagline.

Reviewer 1

Reviewer 2

Drs. ANDREAS PANDIANGAN, M.S.I.

ADRIANUS BINTANG HANTO NUGROHO,
S.E., M.A.



Catatan:

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 ayat 1 :
'Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah'
- Dokumen ini telah diberi tanda tangan digital, tidak memerlukan tanda tangan dan cap basah
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan menggunakan qr code yang telah tersedia