

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

Skripsi, 09 Desember 2021

Dimas Bayu Pangestu

**STRATEGI KAMPANYE *PUBLIC RELATIONS* KOMISI PEMILIHAN
UMUM KOTA TANGERANG SELATAN DALAM MENINGKATKAN
PARTISIPASI PEMILIH PADA PILKADA 2020**

Jumlah Halaman: 124

ABSTRAK

Dalam pemilihan umum peran publik, pemilih dan warga Negara tentu tidak bisa diabaikan. Tingkat partisipasi pemilih dalam pemilihan umum adalah salah satu faktor untuk menilai sejauh mana kualitas pemilu itu diselenggarakan. Dalam hal ini tingkat partisipasi pemilih pada penyelenggaraan Pilkada di Kota Tangerang Selatan sangat rendah, sehingga diperlukan strategi kampanye *public relations* dalam hal ini KPU Kota Tangerang Selatan memiliki strategi dengan cara mensosialisasikan hari pencoblosan dengan menggandeng publik figur serta melalui media sosial. Tujuan penelitian dilakukan untuk mengetahui strategi kampanye *public relations*, perancangan pesan, penggunaan media, faktor penghambat dan pendukung. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yang relevan adalah teori *public relations*, strategi, strategi *public relations*, kampanye *public relations*. Metodologi Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, teknik pengambilan data melalui wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Hasil kesimpulan dari penelitian ini adalah strategi yang digunakan KPU Kota Tangerang Selatan dalam melakukan kampanye *public relations* sudah cukup baik dengan melakukan sosialisasi secara langsung maupun melalui media, dengan menyampaikan pesan-pesan yang menyadarkan masyarakat akan pentingnya memilih, namun dalam proses penyebaran pesan KPU Kota Tangerang Selatan belum menyeluruh menyentuh lapisan masyarakat. Saran dari penelitian ini adalah dalam penentuan target sasaran KPU Kota Tangerang Selatan harus teliti sehingga dalam proses penyebaran pesan dapat menyeluruh menyentuh lapisan masyarakat.

Kata kunci : Strategi, Kampanye, KPU, Pilkada, 2020

Referensi : 27 Buku + 3 Jurnal + 4 Internet

Pembimbing : Lilik Sumarni, S.Sos., M.Si.

**FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE
COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM**

Thesis, 09 December 2021

Dimas Bayu Pangestu

**THE PUBLIC RELATIONS CAMPAIGN STRATEGY OF THE
TANGERANG SELATAN GENERAL ELECTION COMMISSION IN
INCREASING VOTER PARTICIPATION IN THE 2020 ELECTIONS**

Number of Pages: 124

ABSTRACT

In general elections, the role of the public, voters and citizens certainly cannot be ignored. The level of voter participation in the general election is one of the factors to assess the extent to which the quality of the election is held. In this case, the level of voter participation in the Pilkada in South Tangerang City is very low, so a public relations campaign strategy is needed in this case the South Tangerang City KPU has a strategy by socializing voting day by cooperating with public figures and through social media. The purpose of the study was to determine the strategy of public relations campaigns, message design, use of media, inhibiting and supporting factors. The theory used in this research that is relevant is the theory of public relations, strategy, public relations strategy, public relations campaign. Methodology This research uses a qualitative approach with descriptive methods, data collection techniques through in-depth interviews, observation and documentation. The conclusion from this research is that the strategy used by the South Tangerang City KPU in conducting public relations campaigns is quite good by conducting socialization directly or through the media, by conveying messages that make people aware of the importance of voting, but in the process of spreading the message of the Tangerang City KPU The South has not thoroughly touched the layers of society. Suggestions from this research are that in determining the targets of the KPU, South Tangerang City must be careful so that in the process of spreading the message it can thoroughly touch all levels of society.

Keywords: Strategy, Campaign, KPU, Pilkada, 2020

Reference : 27 Books + 3 Journals + 4 Internet

Supervisor : Lilik Sumarni, S.Sos., M.Si