

STRATEGI KAMPANYE MELALUI SURAT KABAR DARING “RADAR BEKASI” DALAM MEMBENTUK POPULARITAS

**(STUDI KASUS ANGGOTA DEWAN
PERWAKILAN RAKYAT DAERAH PARTAI
GERINDRA DAPIL IX PROPINSI JAWA
BARAT PADA PEMILU 2024)**

TESIS

**Oleh:
Mohammad Sahil
202320351011**



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tesis : STRATEGI KAMPANYE MELALUI SURAT KABAR DARING "RADAR BEKASI" DALAM MEMBENTUK POPULARITAS (STUDI KASUS ANGGOTA DEWAN PERWAKILAN RAKYAT DAERAH PARTAI GERINDRA DAPIL IX PROPINSI JAWA BARAT PADA PEMILU 2024)

Nama Mahasiswa : Mohamad Sahil

Nomor Pokok Mahasiswa : 202320351011

Program Studi/Fakultas : Magister Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 26 Juli 2025

Jakarta, 2 Agustus 2025

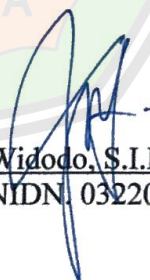
MENYETUJUI,

Pembimbing I



Dr. Drs. Dwinarko, M.H, M.M.
NIDN: 0312026604

Pembimbing II



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom.
NIDN: 0322038901

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tesis : STRATEGI KAMPANYE MELALUI MEDIA
MASSA SURAT KABAR DARING “RADAR
BEKASI” DALAM MEMBENTUK POPULARITAS
(STUDI KASUS ANGGOTA DEWAN
PERWAKILAN RAKYAT DAERAH PARTAI
GERINDRA DAPIL IX PROVINSI JAWA BARAT)

Nama Mahasiswa : Mohamad Sahil
Nomor Pokok Mahasiswa : 202320351011
Program Studi/Fakultas : Magister Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian : 26 Juli 2025

Jakarta, 02 Agustus 2025

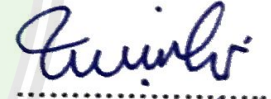
Ketua Penguji

MENYETUJUI,
:Dr.Ari Sulistyanto,S.Sos., M.I.Kom
NIDN. 0303077002



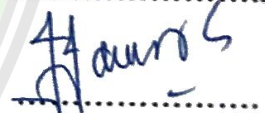
Penguji 1

:Dr. Drs. Dwinarko, M.H, M.M
NIDN. 0312026604



Sekretaris Penguji

:Dr.Hamida Syari Harahap,M.Si
NIDN. 0311046803



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya



Dr. Ciwuk Musiana Yudhawasthi, M.Hum
NIP. 2407656



Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D
NIP. 1908425

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Tesis yang berjudul Strategi Kampanye melalui Media Massa Surat Kabar Daring “Radar Bekasi” Dalam Membentuk Popularitas (Studi Kasus Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Partai Gerindra Dapil IX Provinsi Jawa Barat) ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Dan saya mengizinkan Tesis ini dipinjam dan di foto copy melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan tesis ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya .

Jakarta 2 Agustus 2025

Yang membuat Pernyataan



Mohamad Sahil
202320351011

ABSTRAK

Mohammad Sahil. 202320351011. Strategi Kampanye Melalui Surat Kabar Daring “Radar Bekasi” Dalam Membentuk Popularitas (Studi Kasus Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Partai Gerindra Dapil IX Propinsi Jawa Barat Pada Pemilu 2024)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi kampanye politik melalui media massa surat kabar daring dalam membentuk popularitas anggota DPRD Partai Gerindra Dapil 9 Jawa Barat (Kabupaten Bekasi) pada Pemilu 2024. Fokus utama penelitian ini adalah penggunaan media lokal daring *Radar Bekasi*, dalam mendukung visibilitas dan elektabilitas calon legislatif. Media daring dipilih karena kemampuannya menjangkau masyarakat secara luas, cepat, dan interaktif. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus, melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap caleg terpilih dan konten kampanye yang dimuat di media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *Radar Bekasi* secara konsisten (1-2 kali sebulan) mampu meningkatkan popularitas para caleg melalui pemberitaan, advertorial, opini, dan peliputan kegiatan sosial-politik. Terdapat tujuh faktor yang mempengaruhi efektivitas strategi kampanye antara lain daya jangkauan media, kredibilitas, keterbatasan kampanye tatap muka, interaktivitas melalui kolom komentar, persepsi masyarakat, tren konsumsi informasi digital, dan profesionalisme redaksi. Penelitian ini mengungkap hubungan positif caleg dan media lokal dalam konteks kampanye. Disimpulkan surat kabar daring menjadi alat informasi dan aktor strategis dalam membentuk citra dan legitimasi politik. Temuan ini menegaskan pentingnya pemanfaatan media daring dalam strategi kampanye modern yang adaptif dan berbasis pada kekuatan komunikasi politik digital.

Kata Kunci: *Kampanye politik, media daring, popularitas, DPRD, Radar Bekasi, strategi komunikasi.*

ABSTRACT

Mohammad Sahil. 202320351011. Campaign Strategy Through the Online Newspaper "Radar Bekasi" in Building Popularity (Case Study of Members of the Regional Representative Council of the Gerindra Party, Electoral District IX, West Java Province in the 2024 Election)

This study aims to analyze the political campaign strategy through online newspapers in shaping the popularity of members of the Gerindra Party Regional People's Representative Council (DPRD) for Electoral District 9 of West Java (Bekasi Regency) in the 2024 Election. The main focus of this study is the use of online local media, Radar Bekasi, in supporting the visibility and electability of legislative candidates. Online media was chosen because of its ability to reach the public widely, quickly, and interactively. The approach used is a qualitative descriptive with a case study method, through in-depth interviews, observation, and documentation of selected legislative candidates and campaign content published in the media. The results show that consistent use of Radar Bekasi (1-2 times a month) can increase the popularity of legislative candidates through news, advertorials, opinion pieces, and coverage of socio-political activities. There are seven factors that influence the effectiveness of campaign strategies, including media reach, credibility, limitations of face-to-face campaigns, interactivity through comment columns, public perception, digital information consumption trends, and editorial professionalism. This study reveals a positive relationship between legislative candidates and local media in the context of the campaign. It is concluded that online newspapers are an information tool and a strategic actor in shaping political image and legitimacy. These findings emphasize the importance of utilizing online media in modern, adaptive campaign strategies based on the power of digital political communication.

Keywords: Political campaign, online media, popularity, DPRD, Radar Bekasi, communication strategy.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas Karunia dan Rahmah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan tesis yang berjudul **“Strategi kampanye Melalui Surat Kabar daring “Radar Bekasi” dalam Membentuk Popularitas” (Studi Kasus Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Partai Gerindra Dapil Ix Propinsi Jawa Barat Pada Pemilu 2024)**

Tesis ini diajukan untuk memenuhi persyaratan mengikuti sidang Magister di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Dalam penyusunan tesis ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis mengucapkan Terimakasih sebesar-besarnya kepada keluarga tercinta yaitu Ayahanda dan Ibunda serta Istri anak-anaku yang senantiasa mendoakan, menemani serta memberikan dukungan moral, material kepada penulis dalam penyusunan tesis ini. Selain itu, penulis juga mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Irjen. Pol (Purn). Prof. Dr. Drs Bambang Karsono S.H., M.M.. Ph.D., D.Crim (Honoris Causa) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan pengerjaan tesis ini di semester ganjil.
3. Ibu Dr. Ciwuk Musiana Yudhawasthi, M.Hum, selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan pengerjaan tesis ini.

4. Bapak Dr. Drs. Dwinarko, M.H, M.M selaku dosen Pembimbing kesatu , yang telah senantiasa meluangkan waktu, memberikan arahan, kritik dan masukan yang berharga dalam penyusunan tesis ini.
5. Bapak Dr.Aan Widodo,S.I.Kom, S.I.Kom., M.Si selaku dosen pembimbing kedua yang telah senantiasa meluangkan waktu, memberikan arahan, kritik dan masukan yang berharga dalam penyusunan tesis ini.
6. Bapak/Ibu Dosen dan segenap sivitas akademika Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, yang telah membimbing saya dengan memberikan ilmu selama masa perkuliahan sampai penyusunan tesis ini.
7. Kepada rekan-rekan satu angkatan yang selalu memberikan semangat dan dukungan dalam penyusunan tesis ini.
8. Bapak Dr. H.idham Holik,S.E,M.Si yang selalu memberikan motivasi,bimbingan,dan kesempatan serta dukungannya yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dari semua pihak di atas, penyusunan tesis ini tidak akan berjalan dengan baik. Penulis juga menyadari bahwa tesis ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan senang hati penulis berharap mendapatkan saran dan kritik yang membangun demi kebaikan dan kesempurnaan sehingga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta 2 Agustus 2025

Penulis



Mohamad sahil

NPM. 202320351011

DAFTAR ISI

Halaman HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	16
1.3 Pertanyaan Penelitian	16
1.4 Tujuan Penelitian.....	16
1.5 Manfaat Penelitian.....	16
1.5.1 Manfaat Teoretis.....	17
1.5.1 Manfaat Praktis.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Penelitian Terdahulu	18
2.2 Kampanye dan Media Massa Daring.....	24
2.2.1 Pengertian Kampanye	24
2.2.2 Konsep Media Massa Daring.....	27
2.2.3 New Media (Media Baru) / Media Massa Daring	30
2.2.4 Popularitas.....	32
2.3 Teori Persuasi	34
2.4 Kerangka Pemikiran.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	40
3.1 Paradigma Penelitian.....	40
3.2 Pendekatan Penelitian	41
3.3 Metode Penelitian.....	41
3.4 Informan Penelitian	42

3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.6 Teknik Analisis Data.....	43
3.7 Keabsahan Data.....	44
3.8 Waktu dan Tempat Penelitian	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Hasil Penelitian	46
4.1.1 Strategi Kampanye Caleg Gerindra.....	46
4.1.2 Komunikasi Kampanye Caleg Gerindra	54
4.1.3 Dampak Kampanye Terhadap Popularitas Caleg.....	62
4.1.4 Persepsi Caleg Gerindra Terhadap Radar Bekasi	66
4.2 Pembahasan.....	78
4.2.1 Strategi Kampanye Media Massa Daring Dalam Membentuk Popularitas Anggota DPRD Gerindra Dapil 9 Kabupaten Bekasi.....	78
4.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Pilihan Strategi Kampanye Media Massa Daring Dalam Membentuk Popularitas Anggota DPRD Gerindra Dapil 9 Kabupaten Bekasi	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN-LAMPIRAN	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Daerah Pemilihan Anggota DPRD Provinsi Jawa Barat Dalam

Pemilihan Legislatif Tahun 2024 9

Tabel 1.2 Daftar Anggota DPRD Provinsi Jawa Barat terpilih dari Daerah

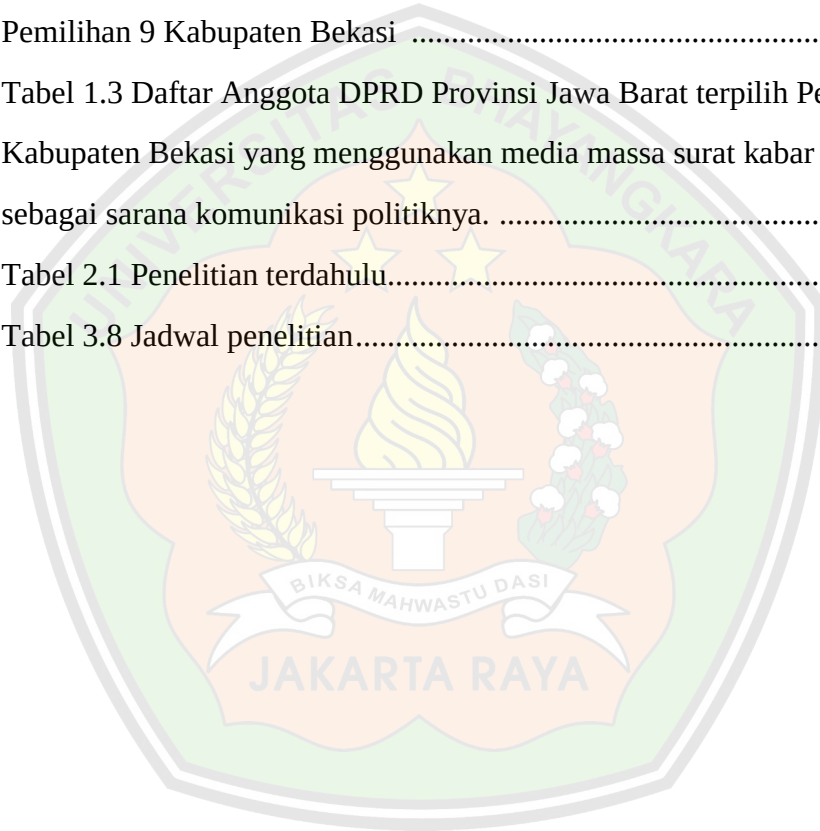
Pemilihan 9 Kabupaten Bekasi 10

Tabel 1.3 Daftar Anggota DPRD Provinsi Jawa Barat terpilih Pemilihan 9

Kabupaten Bekasi yang menggunakan media massa surat kabar daring sebagai sarana komunikasi politiknya. 12

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu..... 18

Tabel 3.8 Jadwal penelitian..... 45



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Jumlah Perusahaan Media di Indonesia Menurut Jenisnya	2
Gambar 4.1 Kerangka Berfikir Penelitian.....	38



DAFTAR LAMPIRAN

Daftar Riwayat Hidup	106
Surat Pengantar	107
Pedoman Observasi	108
Pedoman Wawancara	113
Dokumentasi Wawancara	110
Instrumen Wawancara	118
Table Reduksi Data	136
Kartu Bimbingan	170

