



**PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP PENCITRAAN CAPRES
DAN CAWAPRES DALAM PEMBERITAAN KAMPANYE
PILPRES 2009 DI SURAT KABAR MEDIA INDONESIA
(Survei Terhadap Mahasiswa/i Bidang Studi Public Relations
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana,
Angkatan tahun 2007)**

Skripsi
Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Strata satu (S1) Ilmu Komunikasi

NAMA : KENZO WIDYARTHA
NIM : 4420402-001
JURUSAN : PUBLIC RELATIONS

PEMBIMBING I
Ponco Budi Sulistyo, S.Sos, M.Comn.

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010**



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Kenzo Widyartha
Nim : 4420402-001
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul Skripsi : Persepsi khalayak terhadap pencitraan capres dan cawapres dalam pemberitaan kampanye Pilpres 2009 di Surat Kabar Media Indonesia (Survei Terhadap Mahasiswa/i Bidang Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Angkatan Tahun 2007)

Jakarta, Januari 2010

Mengetahui,

Pembimbing I

(Ponco Budi Sulistyo, S.Sos, M.Comn)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Kenzo Widyartha
Nim : 4420402-001
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul Skripsi : Persepsi khalayak terhadap pencitraan capres dan cawapres dalam pemberitaan kampanye Pilpres 2009 di Surat Kabar Media Indonesia (Survei Terhadap Mahasiswa/i Bidang Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Angkatan Tahun 2007)

Jakarta, Januari 2010

Disetujui dan diterima oleh :

Pembimbing I

(Ponco Budi Sulistyo, S.Sos, M.Comn)

Pengaji Ahli

(Drs. Hardiyanto M.Si)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si.)

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Marhaeni Fajar Kurniawati, S.Sos, M.Si)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS**

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Kenzo Widyartha
Nim : 4420402-001
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul Skripsi : Persepsi khalayak terhadap pencitraan capres dan cawapres dalam pemberitaan kampanye Pilpres 2009 di Surat Kabar Media Indonesia (Survei Terhadap Mahasiswa/i Bidang Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Angkatan Tahun 2007)

Jakarta, Januari 2010

1. Ketua Sidang

Nama : Feni Fasta SE, M.Si

(.....)

2. Penguji Ahli

Nama : Drs. Hardiyanto, M.Si

(.....)

3. Pembimbing I

Nama : Ponco Budi Sulistyo, S.Sos, M.Comn

(.....)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS**

ABSTRAK

Kenzo Widyartha (4420402-001)

Persepsi khalayak terhadap pencitraan capres dan cawapres dalam pemberitaan kampanye Pilpres 2009 di Surat Kabar Media Indonesia (Survei Terhadap Mahasiswa/i Bidang Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Angkatan Tahun 2007)

xii + 102 halaman; 5 lampiran

Bibliografi: 26 Acuan (1981-2006)

Pemilihan figur capres dan cawapres yang dirasakan oleh pemilih tepat sebagai pemimpin mereka dilakukan atas dasar ragam pertimbangan sosial, ekonomi, politik dan budaya masing-masing. Salah satu referensi atau rujukan utama bagi pemilih dalam menentukan pilihannya adalah media yang dianggap sebagai sumber yang kredibel dan karakteristik utama dari media itu sendiri yang mampu menjangkau khalayak luas secara bersamaan. Dalam perspektif komunikasi politik, berita tentang capres dan cawapres di media yang diterima oleh khalayak akan dijadikan pedoman dalam menilai dan menentukan pilihannya terhadap capres dan cawapres tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi khalayak terhadap pencitraan capres dan cawapres dalam pemberitaan kampanye pemilihan presiden 2009 di Surat Kabar Media Indonesia.

Teori yang mendasari penelitian ini adalah efek dari komunikasi politik menggunakan surat kabar terhadap persepsi khalayak, dimana persepsi terbentuk dari proses perhatian, penafsiran dan pengetahuan khalayak terhadap pencitraan capres dan cawapres dalam pemberitaan kampanye pemilihan presiden di surat kabar Media Indonesia.

Sifat penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Pengumpulan data primer dilakukan dengan menyebarkan kuesioner, yaitu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan dengan pilihan jawaban untuk responden, sedangkan data sekunder dikumpulkan dari berbagai pustaka dan hasil penelitian.

Hasil penelitian tentang persepsi yang mencakup dimensi perhatian, penafsiran dan pengetahuan khalayak tentang berita kampanye yang mencakup tiga dimensi kampanye politik sebagai citra khas politik (*specific political images*) yaitu citra partai, citra kandidat, dan citra pemilih menunjukkan bahwa secara keseluruhan khalayak menunjukkan persepsi positif terhadap berita kampanye pemilihan presiden di Surat Kabar Media Indonesia.

KATA PENGANTAR

*Bismillahirohman nirrohim
Assalamualaikum, Wr Wb*

Dengan nama Allah yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, diucapkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya serta kekuatan sehingga dapat diselesaikannya penulisan skripsi ini.

Penulisan ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) pada bidang studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta. Skripsi ini berjudul **“Persepsi khalayak terhadap pencitraan capres dan cawapres dalam pemberitaan kampanye Pilpres 2009 di Surat Kabar Media Indonesia (Survei Terhadap Mahasiswa/i Bidang Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Angkatan Tahun 2007)”**, tentunya dengan pengetahuan dan kemampuan penulis yang terbatas, skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan kekurangan, maka untuk kesempurnaannya sangat memerlukan bantuan dan bimbingan dari banyak pihak.

Atas segala dan bimbingan dari banyak pihak, maka pada kesempatan ini diucapkan terima kasih kepada :

1. Yth Bapak Ponco Budi Sulistyo, S.Sos, M.comn, Selaku Pembimbing Skripsi.
2. Yth Ibu Dra Diah Wardhani, M.Si, Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

3. Yth Ibu Marhaeni Fajar Kurniawati, S.Sos, M.Si, Selaku Ketua bidang Studi Public Relations, Universitas Mercu Buana.
4. Yth Ibu Feni Fasta SE, M.Si, Selaku Ketua Sidang Skripsi.
5. Yth Bapak Drs. Hardiyanto M.Si, Selaku Pengaji Ahli.
6. Yth Ibu Irmulan Sati Tomohardjo SH, MH, Selaku Pembimbing Akademik yang telah banyak memberikan masukan, motivasi, serta dorongan selama kegiatan perkuliahan.
7. Yth Bapak Drs. Hadri Mulya, M.Si, Selaku Direktur Kemahasiswaan Universitas Mercu Buana Jakarta, yang telah memberikan izin dalam memperoleh data (Kuesioner) untuk penelitian skripsi.
8. Seluruh Staf / Pegawai Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, yang telah banyak memberikan kemudahan serta kelancaran selama proses kegiatan perkuliahan.
9. Perpustakaan Universitas Mercu Buana Meruya Selatan Jakarta Barat, yang telah banyak membantu memberikan pinjaman buku buku referensi selama kegiatan perkuliahan.
10. Pihak Surat Kabar Media Indonesia yang telah membantu demi kelancaran dalam memberikan data-data yang diperlukan guna penyusunan skripsi ini.
11. Keluarga, terutama Bapak dan Ibu yang telah banyak memberikan dukungan, motivasi, serta masukan yang sangat berarti, baik moril maupun spiritual, dalam meraih cita cita sampai jenjang pendidikan yang tinggi, juga tak lupa adik-adik beserta semua saudara yang banyak memberikan saran, motivasi maupun dukungan yang sangat berarti.

12. Seluruh pihak yang terlibat di dalam penyusunan skripsi ini, yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu dalam memberikan dorongan, dukungan, masukan, serta saran yang sangat berarti untuk penulis, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan sebaik-baiknya

Akhir kata, penulis menyadari masih banyak kekurangan-kekurangan dalam skripsi ini, dan oleh karena itu penyusun butuh suatu masukan dan kritikan yang membangun. Semoga Allah SWT membalas kebaikan yang telah diberikan. Dan semoga karya yang sangat sederhana ini dapat berguna bagi kita semua.

***Wabillahi Taufiq Wal Hidayah
Wassalamu'alaikum Wr.Wb***

Jakarta, Januari 2010

Penulis

Kenzo Widyartha

4420402-001

Public Relations

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1. Teoritis	5
1.4.2. Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Komunikasi	7
2.1.1. Pengertian Komunikasi.....	7
2.1.2. Karakteristik Komunikasi	10
2.1.3. Fungsi Komunikasi.....	13
2.2. Komunikasi Politik	15
2.2.1. Unsur-Unsur Komunikasi Politik.....	19
2.3. Komunikasi Massa.....	22
2.3.1. Fungsi Komunikasi Massa.....	24
2.3.2. Efek Komunikasi Massa	25
2.3.3. Media Komunikasi Massa	26
2.3.4. Karakteristik Media Komunikasi Massa	27
2.3.5. Jenis-jenis Media Komunikasi Massa	30
2.4. Surat Kabar.....	31
2.4.1. Karakteristik Surat Kabar	31
2.4.2. Fungsi Surat Kabar	33

2.5.	Berita.....	34
2.5.1.	Pengertian Berita	34
2.5.2.	Jenis-jenis Berita	37
2.5.3.	Nilai Berita.....	39
2.6.	Persepsi	40
2.6.1.	Pengertian Persepsi.....	40
2.6.2	Sifat-Sifat Persepsi	43
2.6.3	Faktor-Faktor yang Menentukan Persepsi	45
2.7.	Kampanye Politik	47
2.7.1.	Pengertian Kampanye Politik.....	47
2.8.	Khalayak	52
2.9.	PR Politik	54
2.10.	Pencitraan dan Proses Pembentukan Citra.....	55
BAB III	METODOLOGI.....	58
3.1.	Sifat Penelitian.....	58
3.2.	Metode Penelitian	58
3.3.	Populasi dan Sample	59
3.3.1.	Populasi.....	59
3.3.2.	Sampel	60
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.4.1.	Data Primer	61
3.4.2.	Data Sekunder.....	62
3.5.	Operasionalisasi Konsep	62
3.6.	Metode Analisis Data.....	65
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	67
4.1.	Sejarah Singkat Media Indonesia	67
4.2.	Hasil Penelitian.....	70
4.2.1.	Deskripsi Hasil Penelitian	70
4.3	Pembahasan.....	96
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	99
A.	Kesimpulan.....	99
B.	Saran	102
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Tabel Populasi Mahasiswa/i Bidang Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Angkatan Tahun 2007	60
 Hasil Angket (Dimensi Perhatian)	
Tabel 4.1 Citra capres dan cawapres (Megawati-Prabowo)	71
Tabel 4.2 Partai Politik Pendukung Kandidat.....	71
Tabel 4.3 Rencana dan Program Partai	72
Tabel 4.4 Jumlah kandidat / pasangan dalam pemilu.....	73
Tabel 4.5 Nama-nama kandidat / pasangan dalam pemilu.....	73
Tabel 4.6 Visi / Misi kandidat.....	74
Tabel 4.7 Kemampuan (<i>capability</i>) kandidat	75
Tabel 4.8 Kepribadian (<i>personality</i>) kandidat	75
Tabel 4.9 Loyalitas kandidat terhadap partai.....	76
Tabel 4.10 Dedikasi kandidat terhadap partai	77
Tabel 4.11 Kemampuan kandidat memenuhi harapan pemilih	77
Tabel 4.12 Kemampuan kandidat melaksanakan program kampanye.....	78
 Hasil Angket (Dimensi Penafsiran)	
Tabel 4.13 Citra capres dan cawapres (Sby-Boediono)	79
Tabel 4.14 Partai Politik Pendukung Kandidat.....	80
Tabel 4.15 Rencana dan Program Partai	80
Tabel 4.16 Jumlah kandidat / pasangan dalam pemilu.....	81
Tabel 4.17 Nama-nama kandidat / pasangan dalam pemilu.....	82
Tabel 4.18 Visi / Misi kandidat.....	82
Tabel 4.19 Kemampuan (<i>capability</i>) kandidat.....	83
Tabel 4.20 Kepribadian (<i>personality</i>) kandidat	84
Tabel 4.21 Loyalitas kandidat terhadap partai.....	84
Tabel 4.22 Dedikasi kandidat terhadap partai	85
Tabel 4.23 Kemampuan kandidat memenuhi harapan pemilih	86
Tabel 4.24 Kemampuan kandidat melaksanakan program kampanye.....	86

Hasil Angket (Dimensi Pengetahuan)		
Tabel 4.25	Citra capres dan cawapres (Juduf Kalla-Wiranto).....	87
Tabel 4.26	Partai Politik Pendukung Kandidat.....	88
Tabel 4.27	Rencana dan Program Partai	88
Tabel 4.28	Jumlah kandidat / pasangan dalam pemilu.....	89
Tabel 4.29	Nama-nama kandidat / pasangan dalam pemilu.....	90
Tabel 4.30	Visi / Misi kandidat.....	90
Tabel 4.31	Kemampuan (<i>capability</i>) kandidat.....	91
Tabel 4.32	Keprabadian (<i>personality</i>) kandidat	92
Tabel 4.33	Loyalitas kandidat terhadap partai.....	92
Tabel 4.34	Dedikasi kandidat terhadap partai	93
Tabel 4.35	Kemampuan kandidat memenuhi harapan pemilih	94
Tabel 4.36	Kemampuan kandidat melaksanakan program kampanye.....	94
Tabel 4.37	Tabel Akumulasi Dimensi Perhatian	95
Tabel 4.38	Tabel Akumulasi Dimensi Penafsiran	95
Tabel 4.39	Tabel Akumulasi Dimensi Pengetahuan	95
Tabel 4.40	Tabel nilai persepsi keseluruhan	96

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Angket Penelitian / Kuesioner
- Lampiran 2 Tabulasi Data (Coding Sheet)
- Lampiran 3 Tabulasi Frekuensi dan Presentase Jawaban
- Lampiran 4 Surat Keterangan Riset
- Lampiran 5 Berita Kampanye Pilpres 2009 di
Surat Kabar Media Indonesia