

ABSTRAK

Skripsi dengan judul *Hidden Communicator : Tim Media Informal dalam Politik Lokal di Kota Blitar* yang ditulis oleh Dicky Putra Setiawan, dosen pembimbing Amrullah Ali Moebin, S.Pd., M.I.Kom.

Kata Kunci : Tim Media Informal, Manajemen Produksi Konten, Komunikasi Politik

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang telah mengubah praktik komunikasi politik di tingkat lokal, khususnya di Kota Blitar. Transformasi dari komunikasi konvensional menuju komunikasi digital menjadikan media sosial sebagai sarana utama bagi aktor politik dalam membangun citra, menyampaikan pesan, serta menjalin interaksi dengan masyarakat. Dalam konteks ini, keberadaan tim media menjadi penting sebagai aktor yang berperan dalam mengelola komunikasi politik secara strategis. Fenomena ini semakin kompleks dengan adanya keterkaitan antara identitas historis Kota Blitar, dinamika politik lokal, serta perkembangan media digital yang membentuk pola komunikasi politik yang lebih terbuka dan partisipatif.

Tujuan penelitian ini adalah: (1) menganalisis politik dan media dalam konteks lokal di Kota Blitar, (2) mengetahui urgensi tim media sebagai komunikator terselubung, (3) menganalisis relasi tim media dengan media mainstream dan netizen, serta (4) mengkaji manajemen produksi konten yang dilakukan tim media informal dalam mendukung komunikasi politik Walikota Blitar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teori utama teori manajemen produksi konten dan teori pendukung dramaturgi, agenda setting, gatekeeping dan framing. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis secara sistematis untuk memahami proses perencanaan, produksi, distribusi, serta evaluasi konten komunikasi politik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Media dan politik di Kota Blitar dipengaruhi oleh identitas historis, dinamika kelembagaan politik, serta transformasi media digital yang membentuk pola komunikasi politik yang lebih kompleks. (2) Tim media memiliki peran strategis dalam membentuk branding walikota sebagai komunikator terselubung yang mengelola pesan politik secara terencana dan adaptif. (3) Relasi tim media dengan media mainstream dan netizen bersifat kolaboratif dan interaktif, dimana tim media berfungsi sebagai penghubung antara pemerintah dan publik serta memanfaatkan interaksi digital sebagai bentuk evaluasi komunikasi. (4) Manajemen produksi konten dilakukan melalui tahapan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi dengan memanfaatkan karakteristik media sosial untuk membangun citra kepemimpinan yang dekat, responsif, dan persuasif.

Temuan ini menegaskan bahwa komunikasi politik di era digital tidak hanya bergantung pada aktor politik, tetapi juga pada peran tim media dalam mengelola produksi konten secara strategis. Tim media menjadi elemen kunci dalam membentuk persepsi publik serta memperkuat citra kepemimpinan di tingkat lokal melalui pemanfaatan media digital yang interaktif dan berkelanjutan.

ABSTRAC

Thesis with the title Hidden Communicator: Informal Media Teams in Local Politics in Blitar City was written by Dicky Putra Setiawan, supervisor of Amrullah Ali Moebin, S.Pd., M.I.Kom.

Keyword : Informal Media Teams, Content Production Management, Political Communication

This research is motivated by the development of information and communication technologies that have transformed political communication practices at the local level, particularly in the City of Blitar. The shift from conventional to digital communication has positioned social media as a primary medium for political actors to build their image, convey messages, and engage with the public. In this context, the presence of media teams becomes crucial as strategic actors responsible for managing political communication. This phenomenon is further complicated by the interplay between Blitar's historical identity, local political dynamics, and the evolution of digital media, which collectively shape a more open and participatory pattern of political communication.

The objectives of this study are: (1) to analyze the relationship between politics and media in the local context of Blitar City, (2) to examine the urgency of media teams as covert communicators, (3) to analyze the relationship between media teams, mainstream media, and netizens, and (4) to investigate the content production management carried out by informal media teams in supporting the political communication of the Mayor of Blitar. This study employs a descriptive qualitative approach, using content production management theory as the main theoretical framework, supported by dramaturgy, agenda-setting, gatekeeping, and framing theories. Data were collected through observation, interviews, and documentation, and then systematically analyzed to understand the processes of planning, production, distribution, and evaluation of political communication content.

The findings of this study indicate that: (1) media and politics in Blitar are influenced by historical identity, institutional political dynamics, and digital media transformation, resulting in increasingly complex patterns of political communication; (2) media teams play a strategic role in shaping the mayor's branding as a covert communicator who manages political messages in a planned and adaptive manner; (3) the relationship between media teams, mainstream media, and netizens is collaborative and interactive, with media teams acting as intermediaries between the government and the public while utilizing digital interactions as a form of communication evaluation; and (4) content production management is carried out through stages of planning, organizing, actuating, and evaluating by leveraging the characteristics of social media to build a leadership image that is approachable, responsive, and persuasive.

These findings affirm that political communication in the digital era does not solely depend on political actors, but also on the role of media teams in strategically managing content production. Media teams emerge as key elements in shaping public perception and strengthening leadership image at the local level through the effective and continuous use of interactive digital media.