

Public relations dalam kampanye pemilihan Presiden Amerika Serikat, Bill Clinton

Dony Hermawan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=109480&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menunjukkan bahwa Public Relations Bill Clinton sebagai bagian dari tim sukses seorang calon presiden Amerika memiliki peran dalam menciptakan serangkaian program kegiatan kampanye dengan strategi dan taktik komunikasi.

Permasalahan penelitian ini adalah bagaimana peran tim Public Relations selama proses kampanye berlangsung disertai kegiatan promosi Bill Clinton untuk menjadi presiden Amerika Serikat pada tahun 1992.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan analisis-interpretatif. Teknik pengumpulan data melalui studi kepustakaan.

William Blythe Jefferson atau dikenal dengan Bill Clinton telah terpilih menjadi presiden Amerika Serikat ke-42 pada tahun 1992. Keberhasilannya merupakan hasil kerja keras tim Public Relations-nya yang kuat dan profesional. Tim Public Relations berperan dalam membentuk proses komunikasi dua arah untuk kemudian merespon dan menciptakan pesan untuk disampaikan kepada publik. Pesan-pesan tersebut dikemas dalam berbagai bentuk kampanye guna menciptakan opini publik yang positif terhadap Bill Clinton.

Berbagai strategi dan taktik dilakukan oleh tim Public Relations seperti pembuatan pidato, penanggulangan isu, debat calon presiden, pembuatan publisitas periklanan seperti iklan di media cetak dan elektronik ataupun slogan-slogan untuk meningkatkan popularitas Bill Clinton pada saat itu.

Tim Public Relations meherapkan beberapa hal penting dalam menciptakan komunikasi dua arah selama kampanye, yaitu a story, be brief, be emotional, be unique, be relaxant, repeat your message relentlessly. Tahapan-tahapan tersebut telah membawa pesan-pesan itu mendapat umpan balik (feedback) dari masyarakat Amerika, yang tercermin di media cetak dan elektronik.

Hasil pemilihan umum tahun 1992 di Amerika Serikat menunjukkan bahwa kinerja tim Public Relations sebagai bagian dari tim sukses Bill Clinton merupakan bentuk keberhasilan dari profesionalisme tim Public Relations dalam mengemban tugasnya selama kampanye berlangsung.

<hr><i>The purpose of the research is to show that the public relations is a part of the succeeded team of candidate of the American president, have had a role in created campaign program with communication strategy and tactic.

The research problem is how the role of public relations team during the campaign process with Bill Clinton's promotion program to become the American president in the year of 1992.

The research methodology is qualitative methodology with analysis-intrepretative approach. The data collecting is the library research.

William Blythe Jefferson or called Bill Clinton has elected for the American president 42nd in 1992. The succeeded is result of working the public relations team which strong and professional. The public relations team role is created two ways communication process, further more to responsed and created message to be informed to the public. Those messages packed in many campaign program to create positive public opinion about Bill Clinton.

Many strategy and tactic had used by the Public Relations team such as make a speechs, solved issues, American candidat debates, make publication such as advertsing in printed and electronic media or slogans to increase popularity Bill Clinton in that time.

The- public relations team occupied some important things in two ways communication in campaign process, are a .story, he brief, be emotional, he uniqe, be re/avant, repeat your message relentlessly. The steps has brought messages took feedback from the American society, which reflected in printed and electronic media.

The American election result in 1992 indicated that the public relations team as a part Bill Clinton's success team is the success from the public relations professionalism during the American president campaign.</i>