

**ANALISIS GAYA KOMUNIKASI PUBLIK RAFFI AHMAD SEBAGAI
UTUSAN KHUSUS PRESIDEN BIDANG PEMBINAAN GENERASI MUDA
DAN PEKERJA SENI PADA AKUN INSTAGRAM
@UKP_MUDASENI_RAFFIAHMAD**

TESIS



Oleh:

RIZKA AMELIA

NPM. 23067020016

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
SURABAYA**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS GAYA KOMUNIKASI PUBLIK RAFFI AHMAD SEBAGAI
UTUSAN KHUSUS PRESIDEN BIDANG PEMBINAAN GENERASI MUDA
DAN PEKERJA SENI PADA INSTAGRAM
@UKP_MUDASENI_RAFFIAHMAD**

Disusun Oleh:

RIZKA AMELIA
NPM. 23067020016

Telah disetujui mengikuti ujian lisan tesis

DOSAN PEMBIMBING UTAMA

DOSAN PEMBIMBING KEDUA

Dr. Catur Suratnoaji S.Sos., M.Si

NIP. 196804182021211006

Dr. Agus Widiyarta, S.Sos., M.Si

NIP. 197108082021211005

Mengetahui

DEKAN FISIBPOL

Dr. Catur Suratnoaji S.Sos., M.Si

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS GAYA KOMUNIKASI PUBLIK RAFFI AHMAD SEBAGAI
UTUSAN KHUSUS PRESIDEN BIDANG PEMBINAAN GENERASI MUDA
DAN PEKERJA SENI PADA INSTAGRAM
@UKP_MUDASENI_RAFFIAHMAD)**

Oleh:

RIZKA AMELIA
NPM. 23067020016

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Tesis Program
Studi Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"
Jawa Timur pada tanggal 4 Agustus 2025

PEMBIMBING UTAMA

Dr. Catur Suratnoaji S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006

TIM PENGUJI,

Dr. Yudiana Indriastuti, S.Sos, M.Si
NIP. 197410132021212005

PEMBIMBING KEDUA

Dr. Agus Widiyarta, S.Sos., M.Si
NIP. 197108082021211005

Dra. Dyva Claretta, M.Si
NIP. 196601072021212001

Mengetahui

DEKAN FISIBPOL

Dr. Catur Suratnoaji S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizka Amelia
NPM : 23067020016
Angkatan : 2023
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam tesis ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga pendidikan tinggi dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis disitasi dalam tesis ini dan disebutkan sumbernya secara lengkap dalam daftar rujukan. Apabila di kemudian hari tesis ini terbukti merupakan hasil plagiat dari karya penulis lain dan/atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan karya penulis lain, penulis bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum yang berlaku.

Surabaya, 4 Agustus 2025



RIZKA AMELIA

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia, dan kekuatan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis berjudul “Analisis Gaya Komunikasi Publik Raffi Ahmad sebagai Utusan Khusus Presiden Bidang Pembinaan Generasi Muda dan Pekerja Seni Pada Instagram @ukp_mudaseni_raffiahmad” dengan baik.

Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Pascasarjana gelar Magister (S2) di Program Studi Magister Ilmu Komunikasi FISIBPOL UPN “Veteran” Jawa Timur. Perjalanan dalam menyelesaikan tesis ini bukanlah proses yang singkat dan mudah, namun penuh dengan pembelajaran, tantangan, dan momen yang mengajarkan arti kesabaran, ketekunan, serta dukungan tulus dari berbagai pihak. Dengan penuh rasa hormat dan ketulusan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik sekaligus Dosen Pembimbing Utama, yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, ilmu dan motivasi yang sangat berarti bagi penulis.
2. Ibu Aulia Rahmawati, Ph.D selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi, atas dukungan dan arahan yang diberikan selama proses studi.
3. Bapak Dr. Agus Widiyarta, S.Sos., M.Si, selaku Dosen Pembimbing Kedua, atas kesabaran, perhatian, dan motivasi yang terus menguatkan penulis dalam penyelesaian penelitian ini.
4. Bapak Dr. Zainal Abidin Achmad, S.Sos, M.Si., M.Ed., Ibu Dra. Dyva Claretta, M.Si, dan Ibu Dr. Yudiana Indriastuti, S.Sos., M.Si, selaku Dosen Penguji atas kritik, saran dan bimbingan yang sangat membantu penyempurnaan tesis ini.
5. Seluruh Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur atas segala ilmu, pengalaman, dan inspirasi yang telah diberikan selama penulis menempuh pendidikan magister.

6. Muhammad Dwi Sakti Effendie, S.E., S.T., M.M, suami tercinta yang menjadi pilar kekuatan dan sumber semangat tiada henti. Terima kasih atas doa, dukungan, dan pengorbanan yang tak terukur.
7. Anak – anak tersayang Zhira Quisya, Zenedine Al Zaviar, Zaverio Al Ghifary, yang selalu menjadi alasan terbesar penulis untuk berjuang dan pantang menyerah.
8. Keluarga tercinta Mama Munah Rosmala, Mas Bobby Rafiansya, dan Sister Nayra Sonya, serta Keluarga Besar Sahid Effendie yang selalu memberikan doa, cinta, dan semangat dalam setiap langkah penulis.
9. Sahabat – sahabat terkasih Imelda, Mbak Diana, Baiq Atika, Aulia Brosur, dan Geng Manjah yang selalu hadir memberi tawa, semangat, dan telinga yang mau mendengar di setiap suka dan duka. Dukungan dan kehangatan persahabatan kalian menjadi penguat yang berarti dalam perjalanan ini.
10. Seluruh staff PT Shine Berkah Bersinar serta all SHINE TEAM yang telah memberikan dukungan, pengertian, dan membantu penulis membagi waktu antara pekerjaan dan penyelesaian studi ini.

Tesis ini bukan hanya sekedar karya akademis, tetapi juga wujud dari perjalanan panjang yang sarat dengan doa, dukungan dan pengorbanan orang – orang yang penulis cintai. Setiap halaman yang tersusun adalah bukti bahwa keberhasilan ini bukan milik penulis seorang diri, melainkan milik semua pihak yang telah mengulurkan tangan dan hati. Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki keterbatasan sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan di masa mendatang. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian gaya komunikasi publik di media sosial.

ABSTRAK

Perkembangan era digital yang serba cepat, komunikasi public mengalami transformasi besar seperti tokoh publik tidak lagi terbatas pada birokrat formal, tetapi juga merambah ke figure-figur populer dari dunia hiburan seperti artis. Popularitas, jaringan media sosial yang luas, dan kemampuan membangun kedekatan emosional dengan masyarakat, membuat selebritas menjadi sosok ideal dalam menyampaikan pesan-pesan strategis pemerintah. Salah satu peristiwa penting yang mencerminkan pergeseran tersebut adalah penunjukan Raffi Ahmad sebagai Utusan Khusus Presiden Republik Indonesia Bidang Pembinaan Generasi Muda dan Pekerja Seni pada tahun 2024. Kelompok Generasi Muda dan Pekerja Seni ini dikenal memiliki karakteristik komunikasi yang dinamis, ekspresif, dan cenderung kritis terhadap gaya komunikasi yang bersifat formal, birokratis, dan kaku. Penunjukan Raffi Ahmad menuai berbagai reaksi, mulai dari dukungan antusias hingga kritik skeptis. Oleh karena itu, fokus penelitian ini yaitu gaya komunikasi oleh Raffi Ahmad sebagai figur otoritatif sekaligus populer menjadi sangat penting untuk dikaji.

Penelitian ini mengacu pada teori gaya komunikasi oleh Hamilton, (2011) yang menyediakan kerangka kerja untuk bentuk tujuan komunikasi dan dimensi gaya komunikasi yang dominan digunakan Raffi Ahmad dalam mengelola citra dan pesan terkait peranannya sebagai utusan khusus presiden Bidang Pembinaan Generasi Muda dan Pekerja Seni. Metodologi kuantitatif deskriptif dan pengumpulan data dilakukan melalui analisis konten dari visual postingan akun Instagram @ukp_muda_raffiahmad yang kemudian dianalisis menggunakan analisis isi Klaus Krippendorff.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi Raffi Ahmad bersifat fleksibel dan adaptif. Gaya dominan paling banyak digunakan (40%), diikuti gaya dramatis (26,7%), gaya ramah (26,7%), dan gaya relaks (6,7%). Topik konten yang diangkat mencakup isu sosial (46,7%), politik (33,3%), dan hiburan (20%). Tujuan komunikasi yang ditampilkan antara lain bersifat informatif (33,3%), membentuk citra diri (26,7%), ajakan dan apresiasi (masing-masing 16,7%), serta persuasi (6,7%). Strategi komunikasi visual diperkuat melalui *gesture* “*illustrator*” (43,3%) dan penggunaan busana semi formal (56,7%). Temuan juga menunjukkan bahwa postingan dengan gaya komunikasi dramatis dan relaks cenderung memperoleh respon positif tinggi dari audiens, sedangkan gaya dominan pada konten politik memicu resistensi dan komentar negatif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa efektivitas komunikasi publik figur non-politik di era digital sangat dipengaruhi oleh kesesuaian antara gaya komunikasi, topik, format media, dan persepsi publik terhadap peran yang dijalankan. Penyesuaian gaya komunikasi berbasis empati, partisipasi, dan keterlibatan emosional menjadi kunci dalam membangun kredibilitas dan koneksi yang kuat di ruang publik digital.

Kata Kunci: Analisis Isi, Gaya Komunikasi Publik, Instagram, Raffi Ahmad.

ABSTRACT

The rapid development of the digital era brought major transformations in public communication. Public figures were no longer limited to formal bureaucrats, but also included popular personalities from the entertainment world, such as artists. Popularity, extensive social media networks, and the ability to build emotional closeness with the public made celebrities ideal figures for conveying strategic government messages. One important event that reflected this shift was the appointment of Raffi Ahmad as the Special Envoy of the President of the Republic of Indonesia for the Development of the Young Generation and Arts Workers in 2024.

This group of Young Generation and Arts Workers was known to have dynamic, expressive communication characteristics and tended to be critical of formal, bureaucratic, and rigid communication styles. Raffi Ahmad's appointment drew various reactions, ranging from enthusiastic support to skeptical criticism. Therefore, the focus of this study—namely, the communication style of Raffi Ahmad as an authoritative and popular figure—was considered important to explore.

This research referred to the communication style theory by Hamilton (2011), which provided a framework for the forms of communication patterns and the dimensions of communication styles that were dominantly used by Raffi Ahmad in managing images and messages related to his role as the special presidential envoy for the Development of the Young Generation and Arts Workers. A descriptive quantitative methodology was employed, and data collection was carried out through content analysis of visual posts from the Instagram account @ukp_muda_raffiahmad, which were then analyzed using Klaus Krippendorff's content analysis method.

The results of the study showed that Raffi Ahmad's communication style was flexible and adaptive. The dominant style was used most frequently (40%), followed by the dramatic style (26.7%), friendly style (26.7%), and relaxed style (6.7%). The content topics included social issues (46.7%), politics (33.3%), and entertainment (20%). The communication patterns observed were informative (33.3%), self-image building (26.7%), calls to action and appreciation (16.7% each), and persuasion (6.7%). The visual communication strategy was supported by the use of "illustrator" gestures (43.3%) and semi-formal attire (56.7%). Findings also indicated that posts employing dramatic and relaxed communication styles tended to receive highly positive audience responses, while dominant styles in political content triggered resistance and negative comments. The study concluded that the effectiveness of public communication by non-political figures in the digital era was significantly influenced by the alignment between communication style, content topic, media format, and public perception of the figure's role. Adapting communication styles based on empathy, participation, and emotional engagement was key to building credibility and strong connections in the digital public sphere.

Keywords: Content Analysis, Public Communication Style, Instagram, Raffi Ahmad.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	13
1.4.2. Manfaat Praktis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1. Penelitian Terdahulu	14
2.2. Tinjauan Pustaka	20
2.2.1. Pengertian Gaya Komunikasi.....	20
2.2.2.1 Gaya Komunikasi dalam Konteks Publik dan Komunikasi Politik.....	22
2.2.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Gaya Komunikasi	26
2.2.2.3 Gaya Komunikasi Artis dalam Dunia Digital	33
2.2.2.4 Seniman dan Aktor sebagai Komunikator Publik.....	34
2.2.2 Analisis Isi Klaus Krippendorf	37
2.3. Kerangka Konseptual	39

BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1. Pendekatan Penelitian	41
3.2. Definisi Konseptual.....	42
3.2.1. Gaya Komunikasi	43
3.2.2. Tujuan Gaya Komunikasi.....	45
3.2.3. Analisis isi Klaus Krippendorf	47
3.3. Lokasi dan Waktu Penelitian	56
3.4. Obyek dan Subyek Penelitian	57
3.5. Pengumpulan Data	57
3.6. Analisis Data	58
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 59
4.1. Gambaran Umum Obyek dan Subyek Penelitian.....	60
4.1.1 Obyek Penelitian.....	60
4.1.2 Subyek Penelitian	61
4.2. Hasil dan Pembahasan.....	62
4.2.1. Dimensi Gaya Komunikasi.....	63
4.2.2. Topik Konten	67
4.2.3. Tujuan Komunikasi	71
4.2.4. <i>Gesture</i> atau Bahasa Tubuh	75
4.2.5. Busana atau <i>Grooming</i>	79
4.2.6. Jumlah <i>Engagment</i> Konten.....	83
4.2.7. Arah Respon pada Postingan	87
4.2.8 Sintesis dan Intepretasi Gaya Komunikasi Raffi Ahmad	95
 BAB V KESIMPULAN	 103
5.1. Kesimpulan	103
5.2. Saran.....	104

DAFTAR PUSTAKA.....	106
LAMPIRAN.....	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Postingan Raffi Ahmad Setelah Pelantikan Sebagai Utusan Khusus Presiden Prabowo.....	6
Gambar 2. 1 <i>Component of Content Analysis</i> (Krippendorff, 2019)	37
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual Penelitian	40
Gambar 3. 1 <i>Component of Content Analysis</i> (Krippendorff, 2019)	48

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3. 1 Contoh Tabel Distribusi Nilai	59
Tabel 4. 1 Tabel Distribusi Dimensi Gaya Komunikasi	65
Tabel 4. 2 Pengelompokan Postingan Berdasarkan Topik Konten	67
Tabel 4. 3 Tabel Distribusi Kategori Topik Konten	68
Tabel 4. 4 Pengelompokan Postingan Berdasarkan Tujuan Komunikasi	72
Tabel 4. 5 Tabel Distribusi Tujuan Komunikasi	72
Tabel 4. 6 Tabel Distribusi Kategori <i>Gesture</i> atau Bahasa Tubuh	76
Tabel 4. 7 Tabel Distribusi Busana atau <i>Grooming</i>	80
Tabel 4. 8 Distribusi Nilai Kategori <i>Engagement</i> Postingan	83
Tabel 4. 9 Tabel Distribusi Arah Respon	87

LAMPIRAN

Lampiran 1 Korpus Penelitian	109
Lampiran 2 Tabel Analisis Isi Kategori Dimensi Gaya Komunikasi, Topik Konten dan Pola atau Tujuan Komunikasi	123
Lampiran 3 Tabel Analisis Isi Kategori Gesture, Grooming dan Arah Respon	148