

TESIS

**TAKTIS KOMUNIKASI REFLY HARUN DALAM
MEMPERTAHANKAN *PERSONAL BRANDING*
SEBAGAI AHLI HUKUM TATA NEGARA**



DICA HERRA VIDIANTI

No. Mhs : 185502871

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2022



Program Studi Magister
Ilmu Komunikasi
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PENGESAHAN TESIS

Nama : Dica Herra Vidianti
Nomor Mahasiswa : 185502871
Konsentrasi : Manajemen Komunikasi Publik
Judul Tesis : Taktis Komunikasi Refly Harun dalam Mempertahankan *Personal Branding* sebagai Ahli Hukum Tata Negara.

Nama Pembimbing

Tanggal

Tandatangan

Dr. MC Ninik Sri Rejeki, M.Si.

21 Oktober 2022

.....



PENGESAHAN TESIS

Nama : Dica Herra Vidianti
Nomor Mahasiswa : 185502871
Konsentrasi : Manajemen Komunikasi Publik
Judul Tesis : Taktis Komunikasi Refly Harun dalam Mempertahankan *Personal Branding* sebagai Ahli Hukum Tata Negara.

Nama Penguji	Tanggal	Tandatangan
(Ketua) Drs. Mario Antonius Birowo, MA., Ph.D.	21 Oktober 2022	
(Anggota 1) Dr. MC Ninik Sri Rejeki, M.Si.	21 Oktober 2022	
(Anggota 2) Dr. Phil. Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., M.A.	21 Oktober 2022	

Ketua Program Studi


Drs. Mario Antonius Birowo, MA., Ph.D.

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama : DICA HERRA VIDIANTI

Nomor Mahasiswa : 1805502871/PS/MIK

Konsentrasi : Manajemen Komunikasi Publik

Judul Tesis : Taktis Komunikasi Refly Harun Dalam Mempertahankan
Personal Branding Sebagai Ahli Hukum Tata Negara

Menyatakan dengan sebenarnya dan sejujur-jujurnya bahwa tesis yang saya tulis ini adalah betul hasil karya saya sendiri. Hasil tesis ini bukan dari buah pikiran orang lain, bukan juga merupakan pengalihan tulisan yang saya akui sebagai milik saya atau hasil tulisan saya.

Apabila nanti dikemudian hari terbukti bahwa tesis ini bukan milik saya, dengan kata lain hasil plagiasi, duplikat, maupun dibuat oleh orang lain secara keseluruhan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan yang saya lakukan, dan dibatalkan tesis dan gelarnya

Yogyakarta, 09 Oktober 2022


Dica Herra Vidiанти

INTISARI

Penelitian ini berangkat dari fenomena ketika siapapun bisa jadi *youtuber*. Berangkat dari berbagai *background* seperti artis, musisi, politik, ekonomi, hukum, dan sebagainya, mereka mulai mencoba *platform youtube* untuk membuat konten yang menarik dengan tujuan mendatangkan banyak *viewers*. Hal ini menyebabkan, *personal branding* seseorang bisa berubah, sesuai dengan konten yang disajikan. Refly harun sebagai Ahli Hukum Tata Negara, sering menjadi narasumber untuk dimintai keterangan ahli sebagai Ahli Hukum Tata Negara contohnya di *talkshow* debat politik, *Indonesia Lawyers Club*. Disaat Refly Harun memiliki *channel youtube* sendiri, *personal branding* sebagai Ahli Hukum Tata Negaranya menjadi luntur. Konten Refly Harun yang ada di *youtube*, membuat Refly Harun lebih dikenal sebagai seorang pengamat politik, ataupun seorang *youtuber*.

Penelitian ini dilakukan untuk melihat taktis yang digunakan oleh Refly Harun untuk mempertahankan *personal branding* nya sebagai Ahli Hukum Tata Negara. Penelitian ini menggunakan model komunikasi Laswell, dan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologi, untuk melihat suatu peristiwa secara netral. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah wawancara mendalam pada subjek penelitian Refly Harun, dan sahabat Refly Harun yang bernama ES dan HN. Data lainnya dikumpulkan dengan observasi tidak terstruktur melalui buku yang berjudul *Life Begins at Fifty* milik Refly Harun dan *channel youtube* Refly Harun, yang bernama Refly Harun *channel*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Refly Harun dapat mempertahankan *personal branding* nya sebagai seorang Ahli Hukum Tata Negara menggunakan beberapa taktis komunikasi sebagai strateginya.

Kata Kunci : Refly Harun, Personal Branding, Taktis Komunikasi, Ahli Hukum Tata Negara, Youtube

ABSTRACT

This research departs from the phenomenon when anyone can become a YouTuber. Departing from various backgrounds such as artists, musicians, politics, economics, law, and so on, they began to try the youtube platform to create interesting content with the aim of bringing in many viewers. This causes a person's personal branding to change, according to the content presented. Refly Harun as an expert in constitutional law, often becomes a resource person for expert testimony as an expert in constitutional law, for example in the political debate talk show, Indonesia Lawyers Club. When Refly Harun has his own YouTube channel, his personal branding as an expert in constitutional law wears off. Refly Harun's content on youtube makes Refly Harun better known as a political observer, or a youtuber.

This research was conducted to see the tactics used by Refly Harun to maintain his personal branding as an expert in constitutional law. This study uses Laswell's communication model, and the method used in this study is phenomenology, to view an event in a neutral manner. The paradigm used in this research is the constructivist paradigm.

The data collection technique carried out by the researcher was in-depth interviews with the research subjects of Refly Harun, and Refly Harun's friends named ES and HN. Other data were collected through unstructured observations through a book entitled Life Begins at Fifty owned by Refly Harun and Refly Harun's youtube channel, called the Refly Harun channel.

The results showed that Refly Harun was able to maintain his personal branding as an expert in constitutional law using several communication tactics as his strategy.

Keywords: Refly Harun, Personal Branding, Communication Tactics, Constitutional Law Expert, Youtube

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah Yang Maha Esa atas segala berkat, rahmat dan karunia yang diberikan kepada penulis, maka penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul: **Taktis Komunikasi Refly Harun Dalam Mempertahankan Personal Branding Sebagai Ahli Hukum Tata Negara.**

Adapun tesis ini dibuat adalah untuk memenuhi syarat dalam mendapatkan gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Program Studi Pascasarjana di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Proses penulisan ini tentunya tidak lepas dari berbagai *support*, dukungan, dan bimbingan penuh dari berbagai pihak. Penulis ucapkan banyak-banyak terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis sampaikan pada :

1. Dr. Ninik Sri Rejeki., MC., Dra., M.S selaku Dosen Pembimbing.
2. Mario Antonius Birowo, MA., Ph.D selaku Kaprodi dan Dosen Penguji.
3. Yoseph Bambang Wiratmojo, S.Sos.,M.A selaku Dosen Penguji.
4. Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih *dan Ibu* Desideria Cempaka Wijaya Murti, S.Sos., M.A., Ph.D sebagai Dosen Penguji Seminar.
5. Dr. Refly Harun, S.H., M.H., LL.M sebagai Subjek Penelitian.
6. Ibu Evi Sesunan dan Bapak Hari Nugroho sebagai Narasumber.

Penulis menyadari, bahwa dalam penulisan tesis ini masih jauh dari harapan dan kata sempurna. Maka dari itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca, maupun yang membutuhkan.

Yogyakarta, 09 Oktober 2022

Dica Herra Vidianti

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tesis ini saya persembahkan kepada :

1. Diri saya sendiri yang telah berusaha keras dan berjuang.
2. *My Beloved Husband*, H. Muchamad Yoqi Firmansyah atas *support* dan cintanya.
3. *My Lovely Daughter*, ananda Hyura Zerine Najwa Sentana, sebagai semangat dan kekuatan *mommy*.
4. *My Parents*, Ayah Hadi Wahyono dan Mama Yuvica Herra Tjahjanti yang telah memberikan do'a dan restunya.
5. Kedua Orangtua Sambung saya, Papa Trio Susilo dan Ibu Rahayu.
6. Universitas Atma Jaya Yogyakarta, sebagai almamater Sarjana dan Magister saya.



DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
PERSETUJUAN TESIS PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN TESIS TIM PENGUJI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	iv
INTISARI	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	16
C. TUJUAN PENELITIAN.....	17
D. MANFAAT PENELITIAN.....	17
1. Akademik	17
2. Praktis.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu	18
B. Landasan Teori	22

1. Paradigma Konstruktivis.....	22
2. Fenomenologi.....	23
3. Taktis Komunikasi	25
4. Model Laswell.....	27
5. Unsur-Unsur Komunikasi	28
6. <i>The Seven's C Communication</i>	31
C. Kerangka Konsep	33
1. Personal Branding	33
2. Definisi Ahli Hukum Tata Negara	39
3. Media Sosial.....	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
A. Jenis Penelitian.....	45
B. Metode Penelitian	46
C. Lokasi Penelitian.....	47
D. Objek Penelitian	48
E. Subjek Penelitian.....	48
F. Teknik Pengumpulan Data.....	48
G. Teknik Analisis Data.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
A. Hasil Penelitian	55
1. Deskripsi Objek Penelitian	55
2. Obeservasi Youtube Refly Harun.....	57
3. Taktis Refly Harun	67

4. Personal Branding Refly Harun.....	75
5. Ahli Hukum Tata Negara	80
B. Pembahasan.....	87
BAB V PENUTUP.....	101
A. Kesimpulan	101
B. Impilkasi Penelitian.....	103
C. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA.....	105
LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Dr. Refly Harun, S.H., M.H., LL.M.....	5
Gambar 2. Refly Harun di Acara <i>Talkshow</i> Indonesia Lawyers Club.....	9
Gambar 3. Pernyataan Media <i>Online</i> Tentang Pencopotan Refly Harun Sebagai Komisaris Utama PT. Pelindo I.....	11
Gambar 4. <i>Dashboard Youtube</i> Refly Harun.....	12
Gambar 5. <i>Dashboard Youtube</i> Refly Harun.....	13
Gambar 6. <i>Dashboard Youtube</i> Refly Harun.....	13
Gambar 7. <i>Dashboard Youtube</i> Refly Harun.....	13
Gambar 8. <i>Dashboard Youtube</i> Refly Harun.....	14
Gambar 9. Konten Musik <i>Youtube</i> Refly Harun.....	15
Gambar 10. Model Komunikasi Laswell.....	28
Gambar 11. Unsur-unsur Komunikasi.....	29
Gambar 12. Komponen dalam Analisis Data (<i>flow model</i>).....	51
Gambar 13. Skema Model Analisis Data Interaktif.....	52
Gambar 14. <i>Channel Youtube</i> Refly Harun.....	58
Gambar 15. <i>Laswell's Communication Model</i>	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Pedoman Wawancara	110
Lampiran Wawancara Asli Informan 1	113
Lampiran Wawancara Asli Informan 1 (2)	124
Lampiran Wawancara Asli Informan 2 & 3	171
Lampiran Coding Wawancara Informan 1	195
Lampiran Coding Wawancara Informan 2	204
Lampiran Coding Wawancara Informan 3	216

