

ABSTRAK

Elta Muktiyardi 1154060021. Kampanye Gemar Membaca Melalui Program Kotak Literasi Cerdas (Kolecer) Analisis Deskriptif Dispusipda Provinsi Jawa Barat.

Dinas Perpustakaan Kearsipan Daerah Provinsi Jawa Barat merupakan lembaga dalam bidang perpustakaan yang memiliki tugas melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan daerah bidang perpustakaan dan kearsipan. Dispusipda Jawa Barat bertanggungjawab terhadap pengembangan kemampuan literasi masyarakat ditengah fakta yang menunjukkan bahwa masyarakat memiliki kemampuan membaca yang rendah. Pengembangan dan peningkatan literasi bagi masyarakat Jawa Barat dilakukan oleh Dispusipda Jawa Barat dengan membuat program Kotak Literasi Cerdas (KOLECER).

Tujuan penelitian ini, 1) untuk mengetahui bagaimana Kampanye Gemar Membaca Melalui Program Kolecer Dispusipda provinsi Jawa Barat, 2) untuk mengetahui upaya apa yang dilakukan oleh bidang *BPBGM* terhadap program *Kolecer* kepada masyarakat dengan analisis *Four Step Public Relations*.

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep *Four Step Public Relations* dari Cutlip, Center dan Broom. Konsep ini menjelaskan bahwa ada 4 langkah yaitu 1) *Fact Finding and Feedback*, 2) *Planning and Programming*, 3) *Action and Communicating*, 4) *Evaluation*.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivisme dan pendekatan interpretif dengan metode penelitian Analisis Deskriptif Kualitatif, analisis deskriptif kualitatif dipilih oleh peneliti dengan tujuan untuk eksplorasi secara mendalam terhadap program, kejadian, proses dan segala hal tentang kampanye *Public Relations* yang dilakukan oleh Dispusipda Jawa Barat secara maksimal. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam dan observasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi kampanye yang digunakan oleh Dispusipda Provinsi Jawa Barat adalah menggunakan strategi *Four Step Public Relations*, strategi pertama adalah *Fact Finding and Feedback* dengan melakukan 1) menentukan masalah, 2) tim pelaksana identifikasi masalah. Strategi kedua adalah *Planning and Programing* dengan melakukan 1) perencanaan, 2) merencanakan sasaran program kolecer, 3) merencanakan sasaran program kolecer, 4) merencanakan alokasi waktu, 5) membuat program melalui saluran kampanye. Strategi ketiga adalah *Taking Action and Communications* dengan melakukan 1) pelaksanaan kampanye secara langsung melalui media sosial, 2) menyediakan buku literasi, 3) pelaksana program kotak literasi cerdas. Strategi keempat adalah Evaluasi, melaporkan hasil program Kolecer melalui group *WhatsApp* dan melaksanakan rapat setiap bulan.

Kesimpulan dari penelitian ini bahwa Dispusipda Provinsi Jawa Barat telah melakukan Kampanye Gemar Membaca Melalui Program Kolecer dengan empat tahap yaitu 1) *Fact Finding*, 2) *Planning and Programing*, 3) *Taking Action and Communication*, 4) *Evaluation*.

Kata Kunci: Kampanye, *Four Step PR*, *Kolecer*.

ABSTRACT

Elta Muktiyardi 1154060021. Campaign to read through the Intelligent Literacy Box Program (Kolecer) Descriptive Analysis Dispusipda West Java province.

Department of Libraries Archives of West Java province is an institution in the field of libraries that have the task of implementing the formulation and implementation of regional policies of libraries and archives. DISPUSIPDA of West Java is responsible for developing community literacy skills in the middle of the fact that the community has low reading ability. Development and improvement of literacy for the West Java community is carried out by DISPUSIPDA West Java by creating the Intelligent Literacy Box (KOLECER) program.

The purpose of this research, 1) to know how the campaign is to read through the Program Kolecer DISPUSIPDA West Java Province, 2) to know the efforts of what is done by the field of BPBGM to Kolecer program to the community with the analysis of Four Step Public Relations.

The concept used in the study was the concept of Four Step Public Relations from Cutlip, Center and Broom. This concept explains that there are 4 steps of 1) Fact Finding and Feedback, 2) Planning and Programming, 3) Action and Communicating, 4) Evaluation.

The paradigm used in this study is constructivism and interpretive approach with qualitative descriptive analysis research methods, qualitative analysis of qualitatif selected by researchers with the aim of deep Exploration To the program, events, processes and all things about Public Relations campaigns conducted by DISPUSIPDA West Java to the fullest. The data collection techniques used are in-depth interviews and observations.

The results of this research show that the campaign strategy used by Dispusipda province of West Java is to use Four Step Public Relations Strategy, the first strategy is Fact Finding and Feedback by doing 1) determine the problem, 2) An implementing team identification issue. The second strategy is Planning and Programing by conducting 1) planning, 2) planning a program target, 3) planning a Colecer program goal, 4) planning a time allocation, 5) creating a program through the campaign channel. The third strategy is Taking Action and Communications by conducting 1) the implementation of the campaign directly through social media, 2) providing literacy books, 3) Intelligent Literacy Box Program executor. The fourth strategy is evaluation, reporting the results of the Kolecer program through the WhatsApp group and conducting meetings every month. The conclusion of this research that DISPUSIPDA West Java province has conducted a campaign to read through the Program Kolecer with four stages of 1) Fact Finding, 2) Planning and Programing, 3) Taking Action and Communication, 4) Evaluation.

Keywords: *campaign, Four Step PR, Kolecer.*