

ABSTRAK

Nurul Galia, Kampanye *Public Relations* Inspektorat Kota Sukabumi dalam Mensosialisasikan Portal Pengaduan Masyarakat

Inspektorat Kota Sukabumi merupakan lembaga pemerintah yang bertugas sebagai pengawas penyelenggaraan urusan pemerintahan daerah. Penelitian ini menelaah bagaimana melaksanakan aktivitas kampanye *public relations* Inspektorat Kota Sukabumi dalam mensosialisasikan Portal Pengaduan Masyarakat. Portal Pengaduan Masyarakat merupakan salah satu inovasi terbaru yang diluncurkan pada bulan November 2020 oleh Inspektorat Kota Sukabumi sebagai sarana masyarakat menyampaikan aduan dan konsultasi terkait pelayanan ASN Kota Sukabumi.

Penelitian ini memiliki tujuan guna mengetahui gambaran mengenai tahap perencanaan, tahap pengaturan tata kerja, tahap pelaksanaan, serta tahap evaluasi yang dilakukan oleh Inspektorat Kota Sukabumi dalam melaksanakan aktivitas Kampanye *public relations* dalam mensosialisasikan Portal Pengaduan Masyarakat.

Metode yang diterapkan ialah metode deskriptif kualitatif dengan paradigma yang digunakan dalam penelitian ini ialah konstruktivisme serta teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan wawancara secara mendalam, observasi dan dokumentasi .

Peneliti menggunakan model kampanye Ostegaard karena diharapkan dapat memaparkan proses kampanye secara menyeluruh sehingga dapat menunjukkan keterikatan antara beberapa bagian yang menjadi aspek dari kegiatan kampanye.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas kampanye *public relations* Inspektorat Kota Sukabumi dalam mensosialisasikan Portal Pengaduan Masyarakat menerapkan empat tahap, yakni : (1) Tahap perencanaan kampanye, yakni dengan melakukan identifikasi awal serta penetapan tujuan. (2) Tahap pengaturan tata kerja, yakni mulai dari, penetapan publik sasaran, penetapan pesan kampanye, penatapan komunikator, serta penetapan media kampanye. (3) Tahap pelaksanaan, meliputi penyelenggaraan sosialisasi secara langsung dan tidak langsung. (4), Tahap evaluasi yakni tahap untuk menilai sejauh mana keberhasilan yang diraih dari aktivitas kampanye *public relations* .

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Inspektorat Kota Sukabumi telah melaksanakan Kampanye *Public rekations* dalam mensosialisasikan Portal Pengaduan Masyarakat.

Kata kunci : Kampanye, Kampanye *Public Relations*, Sosialisasi

ABSTRACT

Nurul Galia, *Public Relations Campaign of Sukabumi City Inspectorate in Disseminating Public Complaint Portal*

The Sukabumi City Inspectorate is a government agency that has the task of supervising the implementation of regional government affairs. This study examines how to implement the public relations campaign activities of the Sukabumi City Inspectorate in disseminating the Public Complaint Portal. The Community Complaint Portal is one of the latest innovations launched in November 2020 by the Sukabumi City Inspectorate as a means for the community to submit complaints and consultations regarding the Sukabumi City ASN services.

This study has the aim of knowing an overview of the planning stage, work arrangement stage, implementation stage, and evaluation stage carried out by the Sukabumi City Inspectorate in carrying out public relations campaign activities in disseminating the Public Complaint Portal.

The method applied is descriptive qualitative method with the paradigm used in this study is constructivism and the data collection technique in this study is in-depth interviews.

The researcher uses the Ostegaard campaign model because it is expected to be able to describe the campaign process as a whole so that it can show the connection between several parts that are aspects of campaign activities.

The results of this study indicate that the public relations campaign activities of the Sukabumi City Inspectorate in disseminating the Public Complaint Portal apply four stages, namely: (1) The campaign planning stage, namely by conducting initial identification, data accumulation, determining objectives. (2) The stage of setting up work procedures, namely starting from, determination of target public, determination of campaign messages, appointment of communicators, and determination of campaign media. (3) The implementation stage includes direct and indirect socialization. (4) The evaluation stage is the stage to assess the extent to which the success achieved from the public relations campaign activities.

Based on the results of the study, it shows that the Sukabumi City Inspectorate has implemented a Public Relations Campaign in disseminating the Public Complaint Portal.

Keywords; Campaign, Public Relations Campaign, Socialization