

ABSTRAK

Euis Hana Pertiwi, Kampanye *Public Relations* dalam mengedukasi masyarakat tentang Vaksin covid-19 (Analisis Deskriptif pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Garut)

Dinas Komunikasi dan informatika Kabupaten Garut merupakan perangkat daerah yang memiliki tugas sebagai penyelenggara urusan daerah pemerintahan di bidang komunikasi dan informatika untuk daerah Kabupaten Garut. berkaitan dengan tugas tersebut, Diskominfo melakukan program kampanye *public relations* dalam mengedukasi masyarakat terkait vaksin covid-19, yang pada saat ini tengah menjadi sorotan masyarakat sebagai upaya untuk mencegah penyebaran virus covid-19.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kampanye *Public Relations* yang dilaksanakan oleh Diskominfo Kabupaten Garut dalam memberikan edukasi terhadap masyarakat Kabupaten Garut terkait pentingnya melakukan Vaksinasi covid-19 melalui proses mempersiapkan langkah-langkah sebelum melakukan kampanye, pelaksanaan kampanye, dan terakhir evaluasi kampanye.

Model yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah Model Kampanye Ostegaard. Model Kampanye Ostegaard merupakan proses pengelolaan kampanye yang memiliki tahap perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi dari hasil kegiatan kampanye *public relations*, adapun tahapan yang dilakukan dalam kegiatan Kampanye oleh Diskominfo Kabupaten memiliki tahapan yang sama dengan tahapan dalam model kampanye Ostegaard ini. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dan menggunakan pendekatan interpretatif dengan metode deskriptif.

Hasil dari penelitian ini yaitu proses dari tahapan-tahapan yang dilakukan oleh Diskominfo Kabupaten Garut dalam melaksanakan kampanye *public relations*. Tahapan pertama yaitu persiapan langkah-langkah sebelum melakukan kampanye yang dikategorikan dengan yang pertama yaitu perencanaan, yang kedua analisis khalayak, yang ketiga strategi komunikasi, dan terakhir yaitu analisis media. Tahap kedua dalam kampanye ini yaitu pelaksanaan kampanye, adapun tahapan ini yang terdiri dari pembentukan tim kerja, dan tindakan perencanaan. Tahap yang terakhir dalam kampanye ini yaitu tahap evaluasi yang dilakukan dengan cara melihat data kuantitatif masyarakat yang telah melakukan vaksin, dan juga dengan melakukan monitoring media sosial untuk melihat *feedback* khalayak.

Kata Kunci: *Kampanye Public Relations, Diskominfo Kabupaten Garut, vaksin covid-19*

ABSTRACT

Euis Hana Pertiwi, *Public Relations Campaign in educating the public about the Covid-19 Vaccine (Descriptive Analysis at the Garut Regency Communication and Information Office)*

The Garut Regency Communication and Information Office is a regional apparatus that has the task of administering regional government affairs in the field of communication and informatics for the Garut Regency area. related to this task, Diskominfo conducts a public relations campaign program to educate the public regarding the covid-19 vaccine, which is currently in the public spotlight as an effort to prevent the spread of the covid-19 virus.

The purpose of this study was to find out the Public Relations campaign carried out by the Garut Regency Diskominfo in providing education to the people of Garut Regency regarding the importance of carrying out Covid-19 vaccinations through the process of preparing steps before conducting a campaign, implementing a campaign, and finally a campaign evaluation.

The model used by researchers in this study is the Ostegaard Campaign Model. The Ostegaard Campaign Model is a campaign management process that has the stages of planning, implementing and evaluating the results of the public relations campaign activities, while the stages carried out in the Campaign activities by the Regency Diskominfo have the same stages as the stages in this Ostegaard campaign model. This research uses constructivism paradigm and uses an interpretive approach with descriptive method.

The result of this research is the process of the stages carried out by Diskominfo Garut Regency in carrying out public relations campaigns. The first stage is the preparation of the steps before conducting the campaign which is categorized with the first, namely planning, the second is audience analysis, the third is communication strategy, and the last is media analysis. The second stage in this campaign is the implementation of the campaign, while this stage consists of forming a work team, and planning actions. The last stage in this campaign is the evaluation stage, which is done by looking at the quantitative data of people who have done the vaccine, and also by monitoring social media to see audience feedback.

Keywords: *Public Relations Campaign, Diskominfo Garut Regency, covid-19 vaccine*