

ABSTRAK

Dawam (1164060015), Kampanye Public Relations Dinas Pendidikan Jawa Barat Dalam Penerapan Pembelajaran Daring di Masa Pandemi Covid-19

Pandemi Covid 19 Merupakan salah satu krisis keesehatan yang menjadi bencana dengan skala global. Banyak sekali dampak yang ditimbulkan akibat pandemi Covid-19 ini, banyak sektor penting yang menunjang kehidupan sosial harus berhenti akibat adanya pandemi ini. Tak terkecuali di Bidang Pendidikan, salah satu akibat dari adanya pandemi Covid-19 di bidang pendidikan adalah berhentinya kegiatan belajar mengajar secara langsung dan harus beralih dengan menggunakan metode daring atau Online. Dengan berubahnya sistem pembelajaran ini maka dibutuhkan yang namanya kampanye untuk menyebarkan Informasi ini kepada seluruh sekolah sekolah yang merupakan tugas dari Dinas Pendidikan (DISDIK).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perencanaan, proses serta evaluasi dari kampanye Public Relations tentang imbauan mengenai pembelajaran daring atau online ini kepada masyarakat yang dilakukan oleh Dinas Pendidikan (DISDIK) Jawa Barat.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Model Kampanye Ostegaard. Teori ini menjelaskan tentang hal-hal yang harus di perhatikan dalam melakukan kampanye Public Relations. di antaranya adalah Problem, Campaign, Attitudes, Behaviour dan Reduce Problem.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif, analisis, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah Kepala Dinas Pendidikan Jawa Barat, Kepala UPTD Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIKOMDIK) DISDIK Jawa Barat sebagai informan utama, dan Kepala seksi pelayanan dan promosi DISDIK Jawa Barat sebagai informan tambahan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa DISDIK Jawa Barat menggunakan beberapa media untuk melakukan kampanye Public Relations dalam penerapan pembelajaran daring di masa Lockdown akibat Pandemi Covid19 ini. Diantaranya, menggunakan media massa dengan mengadakan Press Conference atau konferensi pers dengan mengundang media-media lokal daerah untuk menyebarkan informasi tentang pembelajaran daring, lalu menggunakan media sosial di antaranya adalah media Instagram, Twitter, Facebook, dan YouTube dengan membuat thread atau postingan tentang berlakunya pembelajaran online dan juga video -video tentang imbauan ini yang di upload di kanal YouTube DISDIK Jawa Barat. Dan yang terakhir adalah menggunakan media Opinion Leader dengan melakukan rapat kepada pimpinan pimpinan Dinas dinas dibawah DISDIK Jawa Barat yaitu Dinas Pendidikan Cabang untuk menyebarkan informasi ini ke wilayah masing masing, dan juga aparat aparat lain di masyarakat. Jenis kampanye yang di lakukan adalah Ideological Or Cause yang bertujuan untuk perubahan sosial. Dan strategi yang dilakukan adalah Strategy of Publicity dan Strategy Of Persuasion.

Kata Kunci : *Public Relations, Kampanye, Lockdown, Covid 19, Online, Opinion Leader*