

ABSTRAK

Fani Rahmawati. Manajemen Kampanye *Public Relations* Dalam Mensosialisasikan Program Sumedang Simpati *Quick Response* (Studi Deskriptif Kualitatif pada Pemerintah Kabupaten Sumedang)

Sumedang Simpati *Quick Response* atau sering disingkat SSQR merupakan salah satu bentuk pelayanan publik di Kabupaten Sumedang. Salah satu bentuk pelayanan pemerintah kepada masyarakat adalah memberikan ruang kepada masyarakat menyampaikan berbagai bentuk aspirasi maupun saran. Hal ini dapat dilihat dari data pra penelitian yang dikutip oleh peneliti bahwa dalam upaya pemenuhan kebutuhan tersebut, pemerintah Kabupaten Sumedang memberikan inovasi dalam memberikan layanan yang baik kepada masyarakat yaitu dengan membuat program Sumedang Simpati *Quick Response*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Manajemen Kampanye *Public Relations* Dalam Mensosialisasikan Program Sumedang Simpati *Quick Response* berdasarkan teori *four step public relations*. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivisme dengan pendekatan yang digunakan adalah kualitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, karena penulis ingin mengeksplorasi dan mendeskripsikan bagaimana Manajemen Kampanye *Public Relations* dalam Mensosialisasikan Program Sumedang Simpati *Quick Response*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan Kampanye *Public Relations* dalam Mensosialisasikan Program Sumedang Simpati *Quick Response* menggunakan teori *four step Public Relations* yakni sebagai berikut: 1) Proses *Fact Finding* atau pencarian fakta yang dilakukan oleh tim Sumedang Simpati *Quick Response* melalui tiga tahapan analisis masalah, kedua analisis ketiga analisis tujuan. Proses sosialisasi kampanye ini menggunakan analisis PEST yang terdiri dari analisis area politik, ekonomi, sosial dan teknologi. 2) Proses *Planning* atau perencanaan yang dilakukan oleh tim Sumedang Simpati *Quick Response* mencakup perencanaan strategi, menentukan isi pesan kampanye, memilih saluran kampanye, dan perencanaan untuk menentukan alokasi dan sumber daya. 3) Proses *Action* atau pelaksanaan kampanye Sumedang Simpati *Quick Response* yang dilakukan berupa berkomunikasi dengan dinas terkait yakni dinas social, dinas Kesehatan, Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD), Baznas. 4) Proses Evaluasi yang dilakukan oleh tim Sumedang Simpati *Quick Response* ada dua cara yakni dengan membuat laporan dan *feedback* yang dihasilkan oleh masyarakat atas pesan kampanye yang telah dilakukan atau efek kampanye.

Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa Pemerintah Kabupaten Sumedang telah melakukan kampanye program Sumedang Simpati *Quick Response* sebagai bentuk perhatian pemerintah terhadap masyarakatnya

Kata Kunci: Manajemen Kampanye, *Public Relations*, Sumedang Simpati *Quick Response*

ABSTRACT

Fani Rahmawati. *Public Relations Campaign Management in Disseminating the Sumedang Simpati Quick Response Program (Qualitative Descriptive Study of the Sumedang Regency Government)*

Sumedang Simpati Quick Response or often abbreviated as SSQR is one form of public service in Sumedang Regency. One form of government service to the community is to provide space for the community to convey various forms of aspirations and suggestions. This can be seen from the pre-research data cited by the researcher that in an effort to fulfill these needs, the Sumedang Regency government provides innovation in providing good services to the community, namely by making the Sumedang Simpati Quick Response program.

This study aims to determine the Public Relations Campaign Management in Disseminating the Sumedang Simpati Quick Response Program based on the four-step public relations theory. The paradigm used in this study is constructivism with a qualitative approach. The method used in this research is descriptive analysis, because the author wants to explore and describe how Public Relations Campaign Management in Disseminating the Sumedang Simpati Quick Response Program. The data collection technique used is in-depth interviews.

The results of this study indicate that the implementation of the Public Relations Campaign in Disseminating the Sumedang Simpati Quick Response Program uses the four-step Public Relations theory, namely as follows: 1) Fact Finding Process or fact finding carried out by the Sumedang Simpati Quick Response team through three stages of problem analysis, the second analysis third objective analysis. This campaign socialization process uses PEST analysis which consists of analysis of political, economic, social and technological areas. 2) The planning process carried out by the Sumedang Simpati Quick Response team includes strategic planning, determining the content of campaign messages, selecting campaign channels, and planning to determine allocations and resources. 3) The action process or the implementation of the Sumedang Simpati Quick Response campaign carried out in the form of communicating with related agencies, namely the social service, health office, Regional Disaster Management Agency (BPBD), Baznas. 4) The evaluation process carried out by the Sumedang Simpati Quick Response team has two ways, namely by making reports and feedback generated by the community on the campaign messages that have been carried out or the effects of the campaign.

Based on the results of the study, it was concluded that the Sumedang Regency Government had carried out a Sumedang Simpati Quick Response program campaign as a form of government attention to its people.

Keywords: *Campaign Management, Public Relations, Sumedang Simpati Quick Response*