

ABSTRAK

Deanira Permata Azhar: Kampanye Public Relations dalam Mensosialisasikan Mitigasi Bencana (Studi Deskriptif pada Badan Penanggulangan Bencana Daerah Jawa Barat)

Jawa Barat merupakan salah satu daerah di Indonesia dengan tingkat kerawanan yang cukup tinggi atas terjadinya suatu bencana, Jawa Barat sendiri berada dalam peringkat ke-12 mengenai indeks risiko bencana. Badan Penanggulangan Bencana Daerah Jawa Barat sebagai salah satu perangkat daerah di Pemerintahan Jawa Barat melakukan fungsinya dalam menanggulangi kebencanaan di Jawa Barat dengan melakukan kegiatan sosialisasi dan menyebarkan informasi yang dibutuhkan masyarakat. Kegiatan kampanye Public Relations dalam mensosialisasikan mitigasi bencana dilakukan guna mengetahui bagaimana langkah-langkah yang diambil oleh Badan Penanggulangan Bencana Daerah Jawa Barat dalam mengkampanyekan sosialisasi terkait mitigasi bencana terhadap masyarakat Jawa Barat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses kampanye Public Relations yang dilakukan oleh Badan Penanggulangan Bencana Daerah Jawa Barat melalui sosialisasi terkait mitigasi bencana.

Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Pengambilan metode ini menghasilkan data yang signifikan secara statistik dan data berupa kata-kata tertulis maupun lisan. Teknik pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara secara mendalam terhadap informan, dan observasi secara pasif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan Kampanye Public Relations dalam Mensosialisasikan Mitigasi Bencana menjadi salah satu upaya yang dilakukan oleh Badan Penanggulangan Bencana Daerah Jawa Barat untuk menanggulangi bencana di Jawa Barat dengan melalui proses sebagai berikut: Pertama, tahap identifikasi masalah pengumpulan data dan fakta serta menganalisa terkait potensi bencana di Jawa Barat, Kedua, tahap perencanaan mengenai penetapan strategi yang dimulai dari menentukan daerah dengan potensi bencana prioritas, menghitung anggaran, hingga menyiapkan bahan sosialisasi, Ketiga, tahap pelaksanaan kampanye dilakukan dengan sosialisasi secara tatap muka dan juga memanfaatkan berbagai media, baik media massa maupun media sosial, Keempat, tahap evaluasi yang dilakukan dengan melihat jangkauan sasaran hingga perubahan perilaku masyarakat dan meningkatnya pengetahuan masyarakat akan mitigasi bencana.

Kata Kunci: Kampanye Public Relations, Sosialisasi, Mitigasi Bencana

ABSTRACT

Deanira Permata Azhar: *Public Relations Campaign to Socialize Disaster Mitigation (Descriptive Study at the West Java Regional Disaster Management Agency)*

West Java is one of the areas in Indonesia with a high level of vulnerability to the occurrence of a disaster, West Java itself is ranked 12th regarding the disaster risk index. The West Java Regional Disaster Management Agency as one of the regional instruments in the West Java Government performs its function in overcoming disasters in West Java by carrying out socialization activities and disseminating information needed by the community. Public Relations campaign activities in disseminating disaster mitigation were carried out in order to find out how the steps were taken by the West Java Regional Disaster Management Agency in campaigning for socialize related to disaster mitigation to the people of West Java.

This study aims to find out how the Public Relations campaign process is carried out by the West Java Regional Disaster Management Agency through socialization related to disaster mitigation.

The research method used in this research is descriptive qualitative method. Taking this method produces statistically significant data and data in the form of written and spoken words. Data collection techniques by conducting in-depth interviews with informants, and passive observation.

The results of the study show that the implementation of the Public Relations Campaign to Socialize Disaster Mitigation is one of the efforts made by the West Java Regional Disaster Management Agency to deal with disasters in West Java through the following process: First, identify the problem of collecting data and facts and analyzing potential disaster in West Java, Second, the planning stage regarding the establishment of a strategy that starts from determining areas with priority disaster potential, calculating the budget, to preparing socialization materials, Third, the campaign implementation stage is carried out by face-to-face socialization and also utilizing various media, both mass media as well as social media. Fourth, the evaluation stage is carried out by looking at the range of targets to changes in community behavior and increasing public knowledge of disaster mitigation.

Keywords: *Public Relations Campaign, Socialization, Disaster Mitigation*