

## ABSTRAK

### **Yuyun Lestari. Kampanye *Public Relations* Program WAKEPO Sebagai Upaya Mempermudah Layanan Informasi Kabupaten Sumedang (Studi Deskriptif Pada Diskominfoanditik Kabupaten Sumedang)**

Dinas Komunikasi dan Informatika, Persandian dan Statistik (Diskominfoanditik) Kabupaten Sumedang merupakan lembaga pemegang peranan fungsi di bidang penyelenggara pelayanan informasi dan layanan online. Whatsapp Kebutuhan Informasi dan Pelayanan Online (WAKEPO) merupakan salah satu program yang dibuat oleh Diskominfoanditik Sumedang untuk mempermudah masyarakat dalam mengakses layanan informasi Kabupaten Sumedang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses kampanye *public relations* program WAKEPO yang dilaksanakan oleh Diskominfoanditik Kabupaten Sumedang, untuk mempermudah layanan informasi masyarakat dengan menggunakan model kampanye Ostergaard dengan tiga tahapan kampanye yaitu, identifikasi masalah, pengelolaan, dan evaluasi.

Penelitian kampanye program WAKEPO ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, seperti wawancara mendalam (*in-depth interview*), observasi partisipasi pasif, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Diskominfoanditik Sumedang dalam menjalankan program WAKEPO sesuai dengan model kampanye Ostergaard yaitu, pertama tahap identifikasi masalah, meliputi pandemi Covid-19, tingginya penggunaan media sosial whatsapp, dan banyaknya alamat domain yang digunakan dalam layanan pemerintah. Kedua tahap pengelolaan kampanye terdiri atas perencanaan dan pelaksanaan. Perencanaan yang dilakukan adalah identifikasi pembagian tugas internal, perumusan bentuk konten kampanye, dan koordinasi dengan pimpinan, setiap SKPD dan komunitas. Pelaksanaan kampanye dilakukan secara langsung melalui roadshow ke sekolah, perguruan tinggi, pesantren serta kegiatan woro-woro dan kampanye tidak langsung melalui media sosial, media elektronik dan billboard. Ketiga tahap evaluasi meliputi survei layanan kebutuhan masyarakat dan rekapitulasi data yang mengakses WAKEPO.

**Kata Kunci: Kampanye *Public Relations*, Model Kampanye Ostergaard, Program WAKEPO, Diskominfoanditik Kabupaten Sumedang**

## **ABSTRACT**

**Yuyun Lestari. *Public Relations Campaign of WAKEPO Program as an Effort to Facilitate Information Services in Sumedang Regency. (Descriptive Study on Diskominfo Sanditik Sumedang Regency).***

*The Communication and Informatics, Cryptography, and Statistics Agency (Diskominfo Sanditik) of Sumedang Regency is a governmental institution responsible for providing information services and online services. Whatsapp Information and Online Service (WAKEPO) is one of the programs developed by Diskominfo Sanditik Sumedang to facilitate public access to information services in Sumedang Regency.*

*This research aims to investigate the process of the public relations campaign of the WAKEPO program conducted by Diskominfo Sanditik in Sumedang Regency. The objective is to facilitate public information services using the Ostergaard campaign model, which consists of three stages: problem identification, management, and evaluation.*

*This research on the WAKEPO program campaign adopts a qualitative approach with a descriptive method. The researcher employs several data collection techniques, including in-depth interviews, passive participant observation, and documentation.*

*The research findings indicate that Diskominfo Sanditik in Sumedang has implemented the WAKEPO program in accordance with the Ostergaard campaign model, which consists of the following stages, the first stage of problem identification, including the Covid-19 pandemic, the high usage of WhatsApp as a social media platform, and the abundance of domain addresses used in government services. The second stage of campaign management, involves planning and execution. The planning phase includes identifying internal task divisions, formulating campaign content, and coordinating with leaders, each SKPD (Regional Working Unit), and communities. The campaign execution is carried out directly through roadshows at schools, universities, pesantren (Islamic boarding schools), as well as through woro-woro activities (public announcements) and indirect campaigns via social media, electronic media, and billboards. The third stage of evaluation, includes conducting service surveys to assess community needs and compiling data on WAKEPO access.*

**Keywords: *Public Relations Campaign, Ostergaard Campaign Model, WAKEPO Program, Diskominfo Sanditik Sumedang.***