

ABSTRAK

Riyan Nugraha: *Kampanye Public Relations Tentang Sosialisasi Program Moderasi Beragama Di Kota Bandung (Studi Kasus Penelitian Di Kementerian Agama Kota Bandung)*

Kementerian agama kota Bandung yang memiliki tanggung jawab terkait dengan urusan keagamaan di kota Bandung dengan berbagai kalangan umat beragama untuk menjaga kenyamanan dan kedamaian kota Bandung dilakukan kampanye sosialisasi tentang program moderasi beragama. Inisiatif ini berakar dari instruksi untuk memelihara kedamaian dan harmoni dalam kehidupan beragama khususnya dalam kehidupan antar umat beragama yang ada di kota Bandung.

Penelitian ini bertujuan tidak hanya melindungi kebebasan beragama, tetapi juga menciptakan kesejahteraan umat beragama dan menegakkan toleransi serta perdamaian di tengah masyarakat yang ada di kota Bandung khususnya supaya terstimulus sikap masyarakat yang moderat memiliki wawasan kebangsaan, toleransi, anti kekerasan dan akomodasi terhadap kebudayaan lokal.

Penelitian ini menggunakan model teori dari James E. Grunig dan Hunt (1992), yaitu Model Komunikas Asimetris Dua Arah (Two-Way Asymmetrical Communication). Model ini bertujuan agar publik terstimulus untuk mengikuti keinginan-keinginan organisasi.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme melalui pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data dilaksanakan melalui hasil observasi dengan jenis observasi partisipasi pasif, wawancara dengan jenis wawancara mendalam, dan dokumentasi. Metode penelitian ini digunakan untuk memperoleh gambaran dan data faktual yang terjadi di lapangan berkaitan dengan kampanye sosialisasi program moderasi beragama di kota Bandung.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kementerian agama kota Bandung dalam kampanye sosialisasi moderasi beragama di kota Bandung dilakukan dengan cara melalui online dan offline berlandaskan teori James E. Grunig dan Hunt (1992), yaitu Model Komunikasi Asimetris Dua Arah (Two-Way Asymmetrical Communication). Dengan tujuan publik terstimulus untuk mengikuti keinginan organisasi.

Berdasarkan hasil penelitian perlu ditingkatkan koordinasi antara praktisi humas dan pegawai kementerian agama kota Bandung dalam menyelenggarakan kampanye, praktisi humas di anggap sebagai kunci dalam publikasi semua kegiatan kampanye tanpa koordinasi yang baik publikasi tidak dapat dilaksanakan dengan baik.

Kata kunci: kampanye *public relations*, program moderasi beragama, sosialisasi

ABSTRACT

Riyan Nugraha: *Public Relations Campaign Concerning the Socialization of the Religious Moderation Program in Bandung City (Research Case Study at the Ministry of Religion of Bandung City)*

Ministry of Religion of the city of Bandung which has responsibility related to religious affairs in the city of Bandung with various religious groups to maintain comfort and peace in the city of Bandung carried out an outreach campaign regarding the religious moderation program. This initiative was rooted in instructions to maintain peace and harmony in religious life, especially in religious life. between religious communities in the city of Bandung.

This research aims not only to protect religious freedom, but also to create prosperity for religious communities and uphold tolerance and peace among the people in the city of Bandung, especially so that moderate community attitudes are stimulated with national insight, tolerance, non-violence and accommodation towards local culture.

This research uses a theoretical model from James E. Grunig and Hunt (1992), namely the Two-Way Asymmetrical Communication Model. This model aims to stimulate the public to follow the organization's wishes.

This research uses a constructivist paradigm through a qualitative approach with a case study method. Data collection was carried out through observations using passive participant observation, in-depth interviews, and documentation. This research method was used to obtain an overview and factual data that occurred in the field related to the socialization campaign for the religious moderation program in the city of Bandung.

The results of this research show that the Ministry of Religion of the city of Bandung in its campaign to socialize religious moderation in the city of Bandung was carried out online and offline based on the theory of James E. Grunig and Hunt (1992), namely the Two-Way Asymmetrical Communication Model. With the aim of stimulating the public to follow the wishes of the organization.

Based on the research results, it is necessary to improve coordination between public relations practitioners and employees of the Bandung City Ministry of Religion in organizing campaigns. Public relations practitioners are considered key in the publication of all campaign activities. Without good coordination, publication cannot be carried out properly.

Key words: public relations campaign, religious moderation program, outreach