

ABSTRAK

Rissa Khoerunnisa. *Aktivitas Kampanye Public Relations Diskominfo Jabar dalam Mensosialisasikan Internet Sehat dan Aman (Studi Kasus Diskominfo Jabar Jln. Tamansari Nomor 55 Bandung).*

Diskominfo Jabar sebagai salah satu perangkat daerah yang memiliki kebijakan dalam hal teknologi informasi dan komunikasi kini turut melaksanakan kampanye program Internet Sehat dan Aman yang dikeluarkan oleh Kemkominfo. Program tersebut bertujuan untuk mengedukasi masyarakat terkait pola penggunaan dan pemanfaatan teknologi informasi guna mencegah, mengurangi dan memecahkan masalah yang berkaitan dengan dunia internet. Sosialisasi dilakukan untuk mengurangi adanya pro dan kontra dari masyarakat mengenai program tersebut. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses mendefinisikan masalah, perencanaan dan pemrograman, mengambil tindakan dan komunikasi serta kegiatan evaluasi.

Penelitian ini akan menggunakan paradigma konstruktivisme yaitu melihat realita sebagai konstruksi sosial untuk memaknai informasi yang diungkapkan oleh informan terkait suatu program. Pendekatan yang digunakan yaitu kualitatif yang bertujuan untuk memahami fenomena yang terjadi secara alamiah. Metode penelitian ini menggunakan studi kasus, yaitu sebuah metode umum yang digunakan untuk mempelajari topik dari suatu permasalahan yang akan diteliti. Metode studi kasus memusatkan perhatian pada suatu kasus secara intensif dan terperinci mengenai latar belakang keadaan sekarang. Studi kasus lebih difungsikan untuk meneliti peristiwa kontemporer, yaitu peristiwa yang sedang menjadi perhatian khalayak dalam satu periode waktu tertentu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan pelaksanaan kampanye program Internet Sehat dan Aman tersebut dimulai dengan melakukan kegiatan mendefinisikan masalah untuk mencari tahu fakta dan memahami kondisi lingkungan masyarakat sebagai publik sasaran. Dilanjutkan dengan kegiatan perencanaan dan pemrograman yang merupakan tahapan untuk menetapkan tujuan, program, strategi, tindakan dan teknik dalam pelaksanaan kampanye. Kemudian kegiatan mengambil tindakan dan komunikasi merupakan kegiatan implementasi program yang dalam pelaksanaannya melibatkan berbagai pihak baik dari dalam maupun instansi. Serta kegiatan mengevaluasi yang dilakukan untuk mengetahui apakah pelaksanaan kampanye tersebut sesuai dengan rencana yang berdasarkan penelitian awal atau tidak.

Kata Kunci: *Kampanye, public relations, internet.*