

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kampanye *Public Relations* merupakan suatu kegiatan manajemen komunikasi yang telah di rencanakan sebelumnya oleh suatu perusahaan atau instansi yang tujuannya telah di tentukan sebelumnya, tujuan kegiatan kampanye biasanya untuk merubah sikap masyarakat sebagai publik atau khalayak dari perusahaan atau instansi agar sesuai dengan keinginan perusahaan atau instansi dengan cara-cara tertentu. Tujuan kampanye setiap perusahaan atau instansi tentunya beragam, sesuai dengan tujuan berdirinya perusahaan dan instansi tersebut agar mencapai sesuai dengan apa yang mereka inginkan.

Kampanye yang dilakukan oleh seorang *Public Relations* atau Humas memiliki tujuan mempengaruhi khalayak untuk mengikuti atau mengetahui kegiatan dan program yang dimiliki oleh perusahaan atau institusi, sehingga program dan kegiatan tersebut akan diikuti oleh khalayak sehingga dapat menumbuhkan citra baik dan kepercayaan khalayak kepada institusi bahkan negara, karena dalam kegiatan kampanye ini *Public Relations* di harapkan dapat memberikan informasi yang layak dan bermanfaat pada khalayak sesuai dengan apa yang menjadi tugasnya.

Public Relations merupakan ilmu yang mengkaji tentang bagaimana suatu lembaga/perusahaan baik individu atau kelompok, untuk membangun citra dan nama baik melalui konsep-konsep dan metode yang di lakukan oleh seorang

Public Relations. *Public Relations* merupakan suatu bentuk komunikasi yang terencana, baik ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan yang dilakukan oleh Praktisi *Public Relations* dengan memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam berkomunikasi.

Kiat dan strategi Kampanye *Public Relations* menjelaskan kampanye *Public Relations* (*PR Campaign*) dalam arti sempit bertujuan meningkatkan kesadaran dan pengetahuan khalayak sasaran (*Target audience*) untuk merebut perhatian serta menumbuhkan persepsi atau opini yang positif terhadap suatu kegiatan dari suatu lembaga atau organisasi (*corporate activities*) agar tercipta suatu kepercayaan yang baik dan masyarakat melalui penyampaian pesan secara intensif dengan proses komunikasi dan jangka waktu tertentu yang berkelanjutan. Dalam arti lebih umum atau luas, kampanye *Public Relations* tersebut memberikan penerangan terus-menerus serta pengertian dan memotivasi masyarakat terhadap suatu kegiatan atau program tertentu melalui proses dan teknik komunikasi yang berkesinambungan dan terencana untuk mencapai publisitas dan citra positif. (Ruslan, 2005:66).

Berdasarkan kutipan diatas bahwa *Public relations* bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan perhatian khalayak sasaran untuk mendapatkan perhatian serta menumbuhkan persepsi atau opini yang positif terhadap suatu kegiatan yang dilaksanakan oleh suatu lembaga atau organisasi dengan tujuan mendapatkan kepercayaan dan menciptakan masyarakat melalui pencapaian pesan secara intensif dengan proses komunikasi proses komunikasi dengan jangka waktu yang berkelanjutan, serta memberikan penerangan terus menerus sehingga memotivasi masyarakat terhap suatu kegiatan atau program yang dilakukan melalui proses dan teknik komunikasi yang berkesinambungan. Tujuan pada akhirnya yaitu bagaimana kampanye *Public Relations* ini mampu menciptakan publisitas dan citra positif.

Olahraga merupakan kegiatan yang sangat penting guna menunjang kesehatan bagi tubuh manusia. Berolahraga dapat menghindarkan seseorang dari berbagai permasalahan kesehatan yang mengancam jiwa seseorang, maka dari itu olahraga menjadi sesuatu yang sangat penting bagi kehidupan. Kegiatan olahraga yang bisa dilakukan oleh seseorang untuk menunjang kesehatan di jaman sekarang sangat mudah dilakukan dan tentunya sangat banyak kegiatan olahraga dari mulai *Jogging*, sepakbola, Bola voli, Bola basket, Bulutangkis, Jumba, senam, olahraga rumahan dan kegiatan-kegiatan olahraga yang pada dasarnya dapat menunjang kesehatan.

Kampanye saat ini dilakukan oleh setiap perusahaan, institusi dan organisasi di Indonesia, Dinas Pemuda dan Olahraga Jawa Barat sebagai salah satu lembaga yang melakukan kegiatan Kampanye yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai fungsi dan tujuan berdirinya Dinas Pemuda dan Olahraga Jawa Barat. Tujuan dari Dinas Pemuda dan Olahraga Jawa Barat yaitu Meningkatkan peran pemuda dalam pembangunan sehingga mempunyai kemandirian dalam berbagai sendi kehidupan serta meningkatkan prestasi dan pemasyarakatan dalam berolahraga, meningkatkan pengetahuan dan keterampilan sumber daya manusia, daya dukung sarana prasarana operasional dan pendanaan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada masyarakat.

Dinas Pemuda dan Olahraga Jawa Barat dalam melakukan kampanye dalam upaya meningkatkan kesadaran olahraga masyarakat, tentunya memiliki perwakilan yang tersebar di daerah di Jawa Barat. Jawa Barat yang memiliki penduduk salah satu yang terbanyak di Indonesia berdasarkan data yang ada di

Pemerintah Provinsi Jawa Barat memiliki jumlah penduduk 46,71 juta, harus diperhatikan dalam sisi kebiasaan sehat untuk berolahraga. Dinas Pemuda dan Olahraga Jawa Barat merupakan lembaga pemerintah yang menaungi kepemudaan dan keolahragaan Jawa Barat, dalam hal ini Dinas Pemuda dan Olahraga hadir memberikan berbagai manfaat yang sangat besar khususnya bagi masyarakat Jawa Barat dalam melakukan kegiatan-kegiatan olahraga.

Dinas Pemuda dan Olahraga Jawa Barat merupakan salah satu dinas yang sangat penting di lingkup Jawa Barat, karena meliputi kepemudaan dan keolahragaan dan menjadi representasi bagaimana kemajuan pemuda dan olahraga di Jawa Barat. Olahraga menjadi hal yang sangat penting di jaman yang serba modern ini, karena olahraga untuk saat ini menjadi kebutuhan yang harus dipenuhi oleh tiap masing-masing individu khususnya warga Jawa Barat. Kegiatan olahraga bisa mencakup berbagai cabang dan berbagai tujuan bagi setiap orang tergantung kebutuhan masing-masing individu, misalkan olahraga sebagai profesi dari mulai pemain sepak bola, bola basket, bola voli, bulutangkis dan lain-lain. Adapun yang menjadikan olahraga sebagai gaya hidup untuk penunjang kesehatan dari mulai lari/*jogging*, senam, jumba, *Fitness* dan ada juga yang melakukan kegiatan olahraga sebagai penunjang untuk kesehatan dari mulai menurunkan berat badan, proses penyembuhan ketika mengidap penyakit tertentu, dan pada intinya olahraga ini untuk meningkatkan kualitas hidup yang lebih baik.

Dewasa ini gaya hidup yang buruk menyebabkan risiko yang sangat besar bagi kehidupan khususnya masyarakat Jawa Barat, karena dengan gaya hidup buruk menyebabkan banyak permasalahan dari mulai kesehatan, mudah

mengalami stres, dan bentuk tubuh yang tidak ideal. Khususnya masyarakat perkotaan memang memiliki risiko yang cukup besar mengalami risiko tersebut, tekanan pekerjaan, penyesuaian gaya hidup dengan lingkungan, dan kondisi sosial menjadi faktor pemicu stres dan kesehatan. Aktivitas kerja yang didominasi oleh kegiatan duduk di depan layar komputer berdampak signifikan pada minimnya ruang gerak tubuh. Padahal Kemenkes telah menganjurkan sebuah gerakan senam dan olahraga sederhana dilakukan para pekerja kantor di sela-sela waktu luang. Teknologi juga memegang peranan yang cukup penting terkait pertumbuhan tingkat obesitas dan gaya hidup tidak sehat. Kebutuhan hidup dapat dipenuhi melalui perangkat *smartphone*, manusia sangat dimanjakan dengan fitur-fitur yang tersedia cukup diam di rumah dan menunggu dilayani dengan aplikasi yang ada di *smartphone* dari mulai pesan makanan, barang, tiket, dan lain-lain, memudahkan kita dalam menginginkan segala sesuatu. Berakibat buruk terhadap kurangnya aktivitas pada tubuh manusia yang menyebabkan risiko tinggi pada kesehatan.

Kondisi masyarakat Jawa Barat yang seakan-akan sudah mengabaikan olahraga yang sangat penting untuk tubuh dan kesehatan, akan tetapi di era modern ini, masyarakat tidak memiliki waktu untuk melakukan kegiatan olahraga. Sebagai informasi bahwa Dinas kesehatan Jawa Barat di tahun 2017 Jawa Barat mengalami kenaikan 10.7 % tingkat obesitas dan yang sangat memprihatinkan orang yang banyak mengalami obesitas adalah usia Sekolah, itu artinya pemuda-pemuda Jawa Barat memiliki Pola hidup tidak sehat. Sesuai yang dikutip dari Ayobandung.com pada tanggal 11 April 2018 :

“Jawa Barat berada diperingkat kelima sebagai provinsi dengan jumlah penduduk obesitas terbanyak di bawah Jakarta, Aceh, Jawa Timur, dan Riau sebanyak 30,7% penduduk Jawa Barat dinyatakan Obesitas dan memiliki Pola hidup tidak sehat. Penduduk yang tinggal di daerah perkotaan, tidak terkecuali kota Bandung memiliki resiko lebih besar terkena obesitas di bandingkan masyarakat pedesaan. Ragam alasan melatarbelakangi pendapat tersebut. Kemudahan teknologi, gaya hidup dan tingka stres yang relatif tinggi di daerah perkotaan dinilai hadir sebagai faktor utama”.

Masalah tersebut menjadi hal yang cukup serius, karena masyarakat di jaman sekarang masyarakat Jawa Barat khususnya yang tinggal di perkotaan memiliki gaya hidup yang buruk sehingga mengakibatkan Jawa Barat sebagai Provinsi di urutan kelima sebagai penduduk yang dinyatakan obesitas sebanyak 30,7%. Berdasarkan data tersebut dapat dibayangkan bagaimana gaya hidup yang buruk dilakukan oleh masyarakat Jawa Barat memiliki risiko besar mengalami obesitas dan penyakit lainnya terkhusus untuk masyarakat perkotaan.

Kondisi tersebut diperparah dengan hasil survey yang dikutip dari m.cnnindonesia.com pada tanggal 22 September 2018 :

“Jakarta, CNN Indonesia. Tanpa olahraga, fungsi tubuh tidak akan berjalan optimal. Faktanya, ada sederet bahaya yang mengintai di balik kebiasaan melupakan olahraga atau fisik. Bahaya jarang berolahraga tidak main-main, bahkan sebuah penelitian teranyar menemukan tingkat risiko kematian lebih tinggi pada orang-orang yang jarang berolahraga. Bahaya yang ditimbulkan disebut lebih parah dari merokok, *diabetes*, atau *Hipertensi*. Penelitian di publikasikan pada *JAMA Network Open* itu menyebutkan bahwa jarang berolahraga bisa meningkatkan kematian hingga 30 persen lebih tinggi. “ Jarang berolahraga harus diperlakukan sebagai penyakit yang memiliki resep,” Ujar pemimpin studi, dr Wael Jaber, ahli Kesehatan jantung di *Cleveland Clinic*, melansir CNN”.

Hasil survey tersebut dapat menjadi acuan betapa berbahayanya tubuh ketika jarang sekali meluangkan waktu untuk berolahraga, berbagai permasalahan kesehatan mengintai kita terkadang menjadi hal yang sangat spele, maka dari itu

penulis mengangkat penelitian ini, diharapkan mampu bermanfaat dan mengubah paradigma dan kebiasaan masyarakat untuk melakukan kegiatan olahraga.

Dinas Pemuda dan Olahraga memiliki strategi dalam menanggapi masalah tersebut, salah satunya dengan mengkampanyekan program peningkatan Kesadaran Olahraga masyarakat Jawa Barat, melalui pengelolaan kampanye yang baik, dengan menyelenggarakan kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan permasalahan tersebut, melakukan kampanye secara bertahap kepada masyarakat melalui media massa seperti *Website*, *Twitter*, *Instagram*, dan *Facebook*. Dinas Pemuda dan Olahraga juga memberikan fasilitas olahraga publik agar menunjang Dinas Pemuda dan Olahraga Jawa Barat dalam upaya Peningkatan Partisipasi Olahraga Masyarakat Jawa Barat. Sejalan dengan permasalahan yang ada di Jawa barat, Dinas Pemuda dan Olahraga Jawa Barat menyelenggarakan kampanye berupa kegiatan olahraga yang diharapkan merangsang masyarakat melakukan kegiatan olahraga, dan melibatkan masyarakat yang sangat banyak khususnya masyarakat Jawa Barat. Sesuai yang dikutip dari *Website* Dinas Pemuda dan Olahraga Jawa Barat pada tanggal 10 September 2018:

“Kegiatan minggu bergerak (Gurak) oleh Tenaga Sarjana Penggerak Pembangunan Olahraga (SP3OR) Jawa Barat Tahun 2018, merupakan salah satu Program yang di prakarsai oleh Bidang kebudayaan Olahraga Dinas Pemuda dan Olahraga Jawa Barat.

Kadispora Jabar, Prof. Dr. H Yudha M.Saputra,M. Ed mengatakan, kegiatan Gurak oleh SP3OR di Tahun 2018 yang dilaksanakan di 27 Kabupaten/Kota Se-Jawa Barat pada bulan Agustus-September 2018. Menurut beliau tujuan penyelenggaraan kegiatan ini selain untuk menunjukkan konsistensi keberadaan tenaga SP3OR Jawa Barat, Sekaligus untuk merangsang minat dan partisipasi masyarakat dalam berolahraga, sehingga angka Angka Partisipasi Masyarakat Jawa Barat dalam berolahraga semakin meningkat tiap tahunnya”

Berdasarkan kutipan tersebut, dapat di ketahui bahwa Dinas Pemuda dan Olahraga melaksanakan kegiatan minggu gerak (Gurak) yang di lakukan oleh sarjana penggerak pendamping pembangunan olahraga (SP3OR) sebagai salah satu kegiatan dalam upaya meningkatkan kesadaran masyarakat Jawa Barat dalam berolahraga di tahun 2018 yang dilaksanakan secara serentak dalam kurun waktu satu bulan antara agustus-september di 27 Kabupaten/Kota, terlihat dengan kegiatan ini Dinas Pemuda dan Olahraga serius dalam meningkatkan kesadaran Masyarakat Jawa Barat dalam berolahraga, yang dilakukan Sarjana Penggerak Pendamping Pembangunan Olahraga (SP3OR) sebagai ahli praktisi pembantu Dispora Jawa Barat tiap daerah-daerah di Jawa Barat. Kegiatan ini menjadi salah satu kegiatan yang sangat positif untuk mengubah paradigma masyarakat agar dapat hidup sehat, karena dengan gaya hidup berolahraga akan berdampak sangat baik terhadap tubuh bukan hanya secara fisik namun juga mental dan tingkat kebahagiaan dengan berolahraga akan meningkat. Dina Pemuda dan Olahraga berharap kegiatan minggu gerak ini perlu dilaksanakan pada tiap tahunnya menuju jabar sehat tahun 2020.

Sarjana Penggerak Pendamping Pembangunan Olahraga (SP3OR) sebagai ahli praktisi pembantu Dispora tiap daerah-daerah di Jawa Barat melalui kegiatan-kegiatan yang melibatkan masyarakat secara umum dari mulai sosialisasi, seminar, penyuluhan tentang pentingnya olahraga sebagai upaya peningkatan olahraga masyarakat Jawa Barat, berfungsi sebagai praktisi yang membantu peran Dispora Jawa Barat di masing-masing wilayah di Jawa Barat, yang bertujuan terciptanya pemerataan disetiap wilayah masyarakat jawa Barat.

Dinas Pemuda dan Olahraga Jawa Barat memiliki tugas dan kewajiban untuk masyarakat dalam memberikan fasilitas Olahraga sebagai penunjang bagi masyarakat untuk berolahraga. Upaya yang dilakukan oleh Dinas Pemuda dan Olahraga Jawa Barat menyediakan fasilitas olahraga untuk menunjang masyarakat dalam upaya peningkatan olahraga masyarakat Jawa Barat. Fasilitas yang tersedia dan untuk kepentingan masyarakat luas bisa dilihat di Komplek Arcamanik Sport dimana disana masyarakat dimanjakan dengan fasilitas olahraga dikawasan komplek arcamanik, kemudian fasilitas untuk *event-event* olahraga seperti lapang Sepak Bola dan *Running Track*, Lapangan *softball*, senam lantai, dan gedung olahraga ketangkasan. Masyarakat pada umumnya banyak melakukan kegiatan olahraga yang umum dilakukan di komplek Arcamanik *Sport* yaitu melakukan kegiatan *jogging* bersama keluarga, teman dan pasangan. Kegiatan yang dilakukan biasanya banyak dilakukan di hari minggu bersamaan dengan *Car free day* banyak masyarakat umum beramai-ramai mendatangi komplek Arcamanik *Sport* untuk melakukan kegiatan olahraga dari *jogging* santai hingga bersepeda. Dinas Pemuda dan Olahraga Jawa Barat juga terkadang mengadakan kegiatan-kegiatan yang menarik bersamaan dengan kegiatan olahraga rekreasi melalui kegiatan Gurak salah satunya dengan melakukan hiburan *live* musik, kemudian *games-games* dan di tambah dengan hadiah berupa *doorprize* yang meramaikan untuk kegiatan, selanjutnya diselingi kampanye kepada masyarakat berupa sosialisasi akan pentingnya olahraga sebagai upaya peningkatan kesadaran olahraga masyarakat Jawa Barat.

Masyarakat diharapkan dengan adanya kegiatan olahraga yang diselenggarakan oleh Dispora Jawa barat merangsang masyarakat untuk melakukan Olahraga, sehingga tugas Dinas Pemuda dan olahraga Jawa Barat dalam upaya Meningkatkan Kesadaran Olahraga Masyarakat Jawa Barat melalui program Sarjana Penggerak Pendamping Pembangunan Olahraga (SP3OR). Diharapkan terjadi interaksi yang baik antara khalayak dan lembaga yang diharapkan dengan seringnya dilaksanakan kegiatan kampanye seperti ini, edukasi yang di miliki masyarakat yang telah hadir dan berpartisipasi dalam kegiatan tersebut dapat berbagi informasi mengenai kampanye *Public relations* dalam Peningkatan kesadaran Olahraga Masyarakat Jawa Barat melalui Program Sarjana Penggerak Pendamping Pembangunan Olahraga (SP3OR), sehingga dapat mengajak masyarakat lainnya untuk hadir dan peduli dalam kegiatan olahraga sehingga dapat membantu terlaksananya kampanye dalam Peningkatan Kesadaran berolahraga dengan baik, serta menghindarkan masyarakat dari gaya hidup yang buruk serta menjauhkan masyarakat dengan masalah kesehatan dan stres sebagai akibat gaya hidup yang buruk.

Penelitian yang dilakukan di Dinas Pemuda dan olahraga Jawa Barat, dilaksanakan untuk menggali, mengintepretasikan serta mendeskripsikan mengenai kegiatan Kampanye *Public Relations* yang dilaksanakan oleh Dinas Pemuda dan olahraga Jawa Barat dalam konteks kegiatan olahraga, yang dilakukan dengan kegiatan atau program olahraga. Maka dari itu masyarakat diharapkan mampu merubah gaya hidup yang lebih baik dan lebih sehat yaitu dengan melakukan olahraga.

Maka dari itu sebuah program kampanye harus memiliki tahapan atau langkah-langkah yang jelas dan baik sesuai dengan model kampanye Ostergaard dalam Venus (2012:14-17) yang menjelaskan diantaranya sebagai berikut:

a. Identifikasi Masalah

Langkah pertama yaitu melakukan identifikasi masalah yang ada berdasarkan fenomena yang dirasakan dilapangan dengan melakukan analisis masalah. Kemudian mencari sebab dan akibat berdasarkan fakta yang ada dilapangan.

b. Pengelolaan Kampanye

Langkah kedua yaitu pengelolaan kampanye yang dimulai dari perencanaan, pelaksanaan hingga evaluasi. Tahap ini dibutuhkan riset untuk mengidentifikasi karakteristik khalayak sasaran untuk merumuskan pesan, aktor kampanye, saluran hingga teknis dari kampanye yang sesuai. Pengelolaan ini berdasarkan seluruh isi program kampanye yang diarahkan untuk membekali dan mempengaruhi aspek pengetahuan, sikap dan keterampilan khalayak sasaran, agar pelaksanaannya baik dan sesuai dengan apa yang diinginkan.

c. Evaluasi

Tahap terakhir yaitu tahap evaluasi pada penanggulangan masalah. Tahap ini disebut juga tahap pasca kampanye. Evaluasi diarahkan pada keefektifan kampanye dalam menghilangkan atau mengurangi masalah sebagaimana yang telah didefinisikan pada tahap pra kampanye dan menjadi tahapan untuk memulai kembali kegiatan kampanye dengan baik.

1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan dalam belakang penelitian diatas tentang bagaimana Dinas Pemuda dan Olahraga dalam melaksanakan kampanye olahraga melalui program yang dilaksanakan Dispora Jawa Barat oleh Sarjana Penggerak Pendamping Pembangunan Olahraga (SP3OR) guna meningkatkan kesadaran serta merubah gaya hidup masyarakat Jawa Barat. Maka penelitian ini memiliki pertanyaan sebagai penelitian berikut :

1. Bagaimana Identifikasi masalah Kampanye *Public Relations* melalui Program Sarjana Penggerak Pendamping Pembangunan Olahraga Jawa Barat (SP3OR) dalam Meningkatkan Kesadaran Olahraga Masyarakat?
2. Bagaimana Pengelolaan Kampanye *Public Relations* melalui Program Sarjana Penggerak Pendamping Pembangunan Olahraga Jawa Barat (SP3OR) dalam Meningkatkan Kesadaran Olahraga Masyarakat?
3. Bagaimana Evaluasi Kampanye *Public Relations* melalui Program Sarjana Penggerak Pendamping Pembangunan Olahraga Jawa Barat (SP3OR) dalam Meningkatkan Kesadaran Olahraga Masyarakat?

1.3 Tujuan Penelitian

Maksud penelitian ini adalah :

1. Untuk Mengetahui Bagaimana Identifikasi masalah Kampanye *Public Relations* melalui Program Sarjana Penggerak Pendamping Pembangunan Olahraga Jawa Barat (SP3OR) dalam Meningkatkan Kesadaran Olahraga Masyarakat.

2. Untuk Mengetahui Bagaimana Pengelolaan Kampanye *Public Relations* melalui Program Sarjana Penggerak Pendamping Pembangunan Olahraga Jawa Barat (SP3OR) dalam Meningkatkan Kesadaran Olahraga Masyarakat.
3. Untuk Mengetahui Bagaimana Evaluasi Kampanye *Public Relations* melalui Program Sarjana Penggerak Pendamping Pembangunan Olahraga Jawa Barat (SP3OR) dalam Meningkatkan Kesadaran Olahraga Masyarakat.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian diatas, dapat diketahui mengenai identifikasi masalah serta tujuan penelitian, maka kegunaan penelitian ini dibagi menjadi dua kategori, yaitu:

1.4.1 Kegunaan secara keilmuan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penelitian dalam ilmu komunikasi di bidang *Public Relations*. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah kajian ilmu komunikasi terutama kampanye sesuai dengan penelitian ini yang berkenaan dengan “Kampanye *Public Relations* dalam meningkatkan kesadaran olahraga masyarakat jawa barat melalui Program Sarjana Penggerak Pendamping Pembangunan Olahraga (SP3OR)”.

a. Kegunaan Penelitian bagi Institusi Pendidikan

Secara teoritis dapat memberikan kontribusi, pengertian, dan pemahaman mengenai makna kampanye *public relations* sebagai profesi kepada mahasiswa khususnya dilingkungan UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat tentang teori dan pengaplikasiannya dapat memberikan pencerahan tentang Kampanye *Public Relations*.

b. Kegunaan Penelitian bagi Peneliti

Peneliti mendapatkan pengalaman dalam melaksanakan dan perencanaan kegiatan *Public Relations* salah satunya adalah Kampanye *Public Relations* sehingga Peneliti dapat menganalisis penelitian ini dengan memperhatikan kesesuaian antara teori dan praktek serta penerapan *Public Relations* di lembaga pemerintahan Dinas Pemuda Dan olahraga Jawa Barat.

1.4.2 Secara Praktis

a. Kegunaan Penelitian Bagi Perusahaan atau Instansi

Diterapkannya konsep kampanye *public relations* yang diharapkan dapat memberikan pemahaman dan kesadaran akan pentingnya peranan PR di perusahaan/instansi. Sehingga Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati akan melaksanakan kegiatan kampanye *Public Relations* dengan baik sehingga dapat mempertahankan dan meningkatkan citra lembaga.

1.4.3 Kegunaan Penelitian Bagi Praktisi *Public Relations*

Aplikasi yang diterapkan oleh praktisi PR di lapangan diharapkan dapat meningkatkan konsep kampanye *Public Relations* dengan memperhatikan peran dan fungsi *Public Relations* sebagai profesi dalam menjalin hubungan-hubungan dengan publik internal dan eksternal, untuk menciptakan, meningkatkan, mempertahankan dan memperbaiki citra perusahaan/instansi, dengan melakukan kampanye di Dinas Pemuda dan Olahraga Jawa Barat.

1.4.4 Kegunaan Penelitian bagi Pembaca/Masyarakat Luas

Memberikan pengetahuan kepada pembaca tentang konsep kampanye *Public Relations*. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi masyarakat sehingga masyarakat dapat mengetahui peran dan fungsi *public relations* sebagai kegiatan kampanye di Dinas Pemuda dan Olahraga Jawa Barat dalam mengubah paradigma dan memberikan perubahan akan pentingnya berolahraga. Memberikan informasi tentang bagaimana akan pentingnya olahraga bagi masyarakat secara umum agar sadar dan menjadikan olahraga sebagai gaya hidup khususnya untuk masyarakat Jawa Barat.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Kajian dalam penelitian akan diawali dengan pemaparan hasil penelitian studi terdahulu yang dianggap relevan dengan penelitian ini. Peneliti mengumpulkan beberapa penelitian yang dianggap relevan sebagai bahan masukan, selain itu peneliti juga dapat mengklasifikasikannya dengan penelitian-penelitian terdahulu, selanjutnya akan dapat dilihat persamaan dan perbedaan penelitian dengan penelitian-penelitian sebelumnya, sehingga akan terlihat orisinalitas dari penelitian ini.

1) Strategi Kampanye Dinas Kesehatan Kota Jambi Dalam Mensosialisasikan Program Imunisasi Pada Anak

Penelitian yang dilakukan oleh Mayangga Dwinanjaya (2017) Universitas Islam Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mensosialisasikan bagaimana cara Dinas Kesehatan Mensosialisasikan Program ini serta melihat bagaimana peluang

dan hambatan Dinas Kesehatan Kota Jambi dalam Mensosialisasikan Program Imunisasi Anak.

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dengan menggunakan paradigma Konstruktivisme, serta dalam pengumpulan data menggunakan wawancara dan observasi. Narasumber yang digunakan adalah pada bidang pengendalian masalah kesehatan (PMK), seksi pengendalian wabah dan Bencana di Dinas Kesehatan Kota Jambi, pemegang program imunisasi dan koordinator imunisasi di Puskesmas.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Dinas Kota Jambi tidak memiliki bagian Humas. Strategi Kampanye imunisasi di Dinas Kesehatan Kota Jambi dikelola oleh Kepala Bidang Pengendalian Masalah (PMK). Dinas Kesehatan Kota Jambi telah melakukan kampanye juga telah memenuhi unsur-unsur *Intenden effect, communication objective, Target Population, dan The receiving Group*. Analisis situasi telah berkembangnya jumlah mitra kerjam berkembangnya jumlah LSM peduli kesehatan, pertumbuhan pertumbuhan sarana pelayanan imunisasi dan meningkatnya aktivitas Perguruan Tinggi.

2) Strategi Kampanye *Public Relations* dalam Meningkatkan kesadaran Masyarakat Melakukan Donor Darah pada Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Makassar

Penelitian yang dilakukan oleh Ratnawati (2017) Universitas Alaudin Makassar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi kampanye yang diterapkan *Public Relations* dalam meningkatkan kesadaran masyarakat melakukan donor darah pada Palang Merah Indonesia (PMI).

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, dengan pendekatan penelitian ilmu komunikasi, menggunakan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Sementara teknik analisis data melalui tiga cara yaitu mereduksi data, penyajian data, dan yang terakhir melakukan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kampanye yang diterapkan oleh *Public Relations* PMI kota Makassar dalam meningkatkan kesadaran masyarakat melakukan donor darah yaitu Strategi publikasi, yaitu melakukan penyebaran pesan atau informasi melalui proses publikasi, melalui kerjasama dengan berbagai media, baik media cetak, media elektronik dan media massa.

3) Analisa Kampanye *Public Relations* Diskominfo Jabar Dalam Mensosialisasikan Internet Aman dan Sehat

Penelitian yang dilakukan oleh Risa Khoerunnisa (2018) Universitas Islam Negeri Bandung. Penelitian ini menjelaskan bertujuan untuk mengetahui bagaimana Diskominfo Jabar dalam melakukan Kampanye PR dalam mengedukasi masyarakat terkait pola penggunaan internet dan pemanfaatan teknologi informasi secara bijak guna mencegah dan memecahkan masalah yang berkaitan dengan dunia internet.

penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme yang melihat realita sebagai konstruksi sosial. Menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memahami fenomena yang terjadi secara alamiah. Metode peneletian ini menggunakan studi kasus yaitu memusatkan perhatian pada satu kasus secara intensif dan terperinci mengenai latar belakang keadaan sekarang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan pelaksanaan kampanye program internet sehat dan aman tersebut dimulai dengan melakukan kegiatan mendefinisikan masalah untuk mencari tahu dan memahami kondisi lingkungan publik sebagai sasaran, dilanjutkan dengan kegiatan perencanaan dan pemrograman yang merupakan tahapan untuk menetapkan tujuan, program, strategi, tindakan dan teknik dalam pelaksanaan kampanye kemudian melakukan evaluasi setelah apa yang dilaksanakan.

4) Kampanye Pemerintah Kota Bandung Dalam Mewujudkan Bandung Agamis Melalui “Gerakan Shalat Shubuh Berjamaah Di Masjid”

Penelitian yang dilakukan oleh Maitsa Gina Syafa'at (2018), Penelitian ini menjelaskan bahwa dengan program ini dapat meningkatkan keimanan serta ketaqwaan seseorang dan menjauhkan dari maksiat mengingat moral keagamaan merupakan salah satu Misi Kota Bandung yang di Prakarsai Oleh Ridwan Kamil di tahun 2018.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menggambarkan tentang penyebaran informasi yang dilakukan oleh Humas pemerintah Kota Bandung dalam program “Gerakan Shalat Shubuh Di Masjid” melalui berbagai media, seperti media sosial, tokoh masyarakat dan media luar. Metode yang digunakan adalah studi kasus kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara mendalam dan observasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penyebaran Informasi Kampanye Program “Gerakan Shalat Shubuh Di Masjid” yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bandung yaitu melalui tiga macam media yaitu : Media sosial

(*facebook, twitter, dan instagram*) Media luar (Banner/Spanduk dan *billboard*) dan juga menjalin hubungan dengan tokoh masyarakat (tokoh ulama dan berbagai organisasi masyarakat dan masyarakat sekitar).

5) Peran Dan Strategi Humas (*Public Relations*) Dalam Mempromosikan Produk Perusahaan.

Kelima adalah penelitian yang dilakukan oleh Ardoyo (2013) Universitas Moestopo, penelitian ini berusaha menjelaskan bahwa seorang Public Relations atau Humas harus tetap mengikuti perkembangan zaman dalam upaya meningkatkan dan mempertahankan nilai produk perusahaan. Dengan kemunculannya media social menuntut seorang Humas dapat mempergunakannya dengan baik, salah satunya digunakan dalam kegiatan Promosi.

Kesimpulan penelitian ini adalah bahwa perusahaan harus berusaha dalam mempromosikan produk perusahaan dengan baik, agar tujuan perusahaan dapat tercapai dengan baik dengan komunikasi dua arah.

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi dengan penelitian akan dilaksanakan	Perbedaan dengan Penelitian yang akan dilaksanakan
1.	Mayangga Dwi Nanjaya (2017) Universitas Islam Indonesia	Strategi kampanye Humas Dinas Kesehatan Kota Jambi Dalam Mensosialisasikan Program Imunisasi Pada Anak	Deskriptif Kualitatif	Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan paradigma Konstruktivisme, dan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan observasi. Kemudian semakin berkembangnya LSM peduli kesehatan, sarana pelayanan kesehatan dan meningkatnya aktivitas perguruan tinggi.	Penelitian Terdahulu memberi sumbangsih pemikiran yang positif bagi peneliti dalam melakukan penelitian kualitatif deskriptif dan memberikan informasi mengenai peluang dan Hambatan.	Perbedaan dalam penelitian ini yaitu dalam pertanyaan penelitian yang ditulis dalam satu pertanyaan, kemudian dalam penelitian melibatkan LSM dalam Proses penelitiannya.

2.	Ratnawati (2017) Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Alaudin Makassar	Strategi Kampanye <i>Public relations</i> dalam meningkatkan kesadaran Masyarakat dalam meningkatkan Kesadaran Masyarakat Melakukan Donor Darah Pada Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Makassar	Analisis Deskriptif Kualitatif	Strategi yang diterapkan oleh <i>Public Relations</i> PMI kota Makassar dalam pelaksanaan donor darah, dan minat donor darah di Makassar juga semakin meningkat	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsih pemikiran positif mengenai langkah-langkah strategi dalam pelaksanaan Kampanye <i>Public Relations</i>	Perbedaan dengan penelitian terdahulu menggunakan 2 strategi dalam pemaparan konsepnya yaitu publikasi, dan strategi mempengaruhi.
3.	Rissa Khoerunnisa (2018) Universitas Islam Negeri Bandung	Aktivitas Kampanye <i>Public Relations</i> Diskominfo Jabar Dalam Mensosialisasikan Internet Sehat dan Aman.	Kualitatif studi kasus	Hasil penelitian ini berusaha menjelaskan Kampanye <i>Public Relations</i> dalam melakukan kegiatan kampanye dengan mendefinisikan masalah untuk mencari tau fakta, dan dilanjutkan dengan Perencanaan dan Pemrograman .	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsih pemikiran yang positif tentang bagaimana aktivitas Kampanye <i>Public Relations</i> yang dilakukan Diskominfo Jabar dengan mencari fakta dan memahami kondisi Publik.	Perbedaan dalam penelitian ini adalah dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui sejauh mana aktivitas kampanye PR yang berfokus tentang bagaimana cara mengelola internet secara aman dan sehat. Kemudian konsep yang digunakan berbeda.

4.	Maitsa Ghina Syafa'at (2018) Universitas Islam Negeri Bandung	Kampanye Pemerintah Kota Bandung Dalam Mewujudkan Bandung Agamis Melalui “Gerakan Shalat Shubuh Berjamaah Di Masjid”	Kualitatif Studi Kasus	Hasil penelitian ini berusaha menjelaskan Kampanye <i>Public Relations</i> dalam melakukan kegiatan kampanye melalui Media sosial, Media luar/cetak dan menjalin Hubungan Tokoh masyarakat	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsih pemikiran positif mengenai Kegiatan Kampanye <i>Public Relations</i> serta memberikan media apa saja yang digunakan.	Perbedaan dalam penelitian ini Adalah media yang digunakan media apa aja yang digunakan, dan lebih condong ke penyebaran informasi
5.	Ardhoyo (2013) Universitas Moestopo	Peran Dan Strategi Humas (<i>Public Relations</i>) Dalam Mempromosikan Produk Perusahaan.	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian ini berusaha menjelaskan Manajemen <i>Public Relations</i> dalam melakukan kegiatan Promosii melalui iklan produk perusahaan	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsih pemikiran positif mengenai perencanaan Kegiatan Humas dalam melakukan Promosi.	Perbedaan dalam penelitian ini Adalah tentang penggunaan iklan dalam media promosi peduk.

Sumber:

Hasil Olahan Peneliti

1.5.2 Landasan Konseptual

1. Model Kampanye

Menurut Ostergaard dalam Venus,(2012:14-17) memaparkan sebuah model kampanye yang berdasarkan rancangan program kampanye untuk perubahan sosial yang tidak didukung dengan temuan-temuan ilmiah tidak layak untuk dilaksanakan. Alasan karena program semacam itu tidak akan menimbulkan efek apapun dalam menanggulangi masalah sosial yang dihadapi. Maka dari itu sebuah program kampanye harus memiliki tahapan atau langkah-langkah yang jelas diantaranya sebagai berikut:

a. Identifikasi Masalah

Langkah pertama yaitu melakukan identifikasi masalah yang ada berdasarkan fenomena yang dirasakan berdasarkan analisis masalah yang sesuai dengan kondisi dilapangan. Kemudian mencari sebab dan akibat berdasarkan fakta yang ada dilapangan.

b. Pengelolaan Kampanye

Langkah kedua yaitu pengelolaan kampanye yang dimulai dari perencanaan, pelaksanaan hingga evaluasi. Tahap ini dibutuhkan riset untuk mengidentifikasi karakteristik khalayak sasaran untuk merumuskan pesan, aktor kampanye, saluran hingga teknis dari kampanye yang sesuai. Pengelolaan ini berdasarkan seluruh isi program kampanye yang diarahkan untuk membekali dan mempengaruhi aspek pengetahuan, sikap dan keterampilan khalayak sasaran.

c. Evaluasi

Tahap terakhir yaitu tahap evaluasi pada penanggulangan masalah. Tahap ini disebut juga tahap pasca kampanye. Evaluasi diarahkan pada keefektifan kampanye dalam menghilangkan atau mengurangi masalah sebagaimana yang telah didefinisikan pada tahap pra kampanye.

2. Kampanye

Kampanye merupakan sebuah tindakan dan usaha yang bertujuan mendapatkan pencapaian dukungan, usaha kampanye bisa dilakukan oleh perorangan atau sekelompok orang yang terorganisir untuk melakukan pencapaian suatu proses pengambilan keputusan di dalam suatu kelompok, kampanye juga biasa dilakukan guna memengaruhi, penghambatan, pembelokan pencapaian. Menurut Rogers dan Storey (1987), dalam (Venus, 2012:7), kampanye adalah segala serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu, pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan dalam kurun waktu tertentu.

Menurut Charles U. Larsen(1992) dalam (Venus, 2012:11), jenis-jenis kampanye dibagi tiga kategori diantaranya yaitu:

1) *Product Oriented Campaign*

Kampanye ini berorientasi pada produk, umumnya terjadi di lingkungan bisnis, berorientasi konseptual, seperti peluncuran produk baru. Kampanye ini biasanya sekaligus bermuatan kepentingan untuk membangun citra positif terhadap produk barang yang diperkenalkan ke publiknya.

2) *Candidate Oriented Campaign*

Kampanye yang berorientasi pada kandidat, umumnya di motivasi karena hasrat untuk kepentingan politik.

3) *Ideologically or cause oriented campaigns*

Jenis kampanye yang berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus dan seringkali berdimensi sosial, atau *Social Change Campaigns* (Kotler), yakni kampanye yang ditujukan untuk mengenai masalah-masalah sosial melalui perubahan sikap dan perilaku publik yang terkait.

3. *Public Relations*

Public Relations atau Humas pada hakikatnya merupakan kegiatan komunikasi, karena ciri utama komunikasi humas adalah komunikasi dua arah/timbal balik, adanya komunikasi timbal balik dilakukan dalam kegiatan humas sehingga tercipta umpan balik yang merupakan prinsip pokok dalam humas. Menurut Onong Uchjana (1990:134), Hubungan Masyarakat adalah fungsi Manajemen dari budi yang dijalankan secara berkesinambungan dan berencana, dengan mana organisasi-organisasi dan lembaga-lembaga bersifat umum dan pribadi berusaha memperoleh pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang memiliki sangkut paut dengan menilai pandangan umum diantara mereka dengan sedapat mungkin menghubungkan kebijaksanaan dan ketatalaksanaan mereka, guna mencapai kerja sama yang produktif dan untuk melaksanakan kepentingan bersama yang lebih efisien, dengan melancarkan informasi berencana dan tersebar luas.

4. Kampanye *Public Relations*

Kegiatan Kampanye merupakan salah satu kegiatan yang dilaksanakan oleh seorang *Public Relations* atau Humas, kegiatan kampanye ini dilaksanakan untuk mencapai tujuan suatu lembaga dan organisasi sesuai dengan tujuan berdirinya lembaga dan organisasi tersebut.

Menurut Rosady Ruslan (2013:66) dalam Bukunya berjudul *Kampanye Public Relations* menjelaskan bahwa, *Kampanye Public Relations* merupakan kegiatan dalam upaya meningkatkan kesadaran dan pengetahuan khalayak sebagai sasaran dan publik sebuah perusahaan atau organisasi untuk merebut perhatian serta menumbuhkan persepsi yang baik terhadap suatu kegiatan perusahaan atau organisasi agar tercipta suatu kepercayaan dan citra yang baik dari masyarakat melalui penyampaian pesan secara terencana dan dalam jangka waktu tertentu.

5. Olahraga

Olahraga merupakan kegiatan yang sangat penting guna menunjang kesehatan bagi tubuh manusia. Berolahraga dapat menghindarkan seseorang dari berbagai permasalahan kesehatan yang mengancam jiwa seseorang, maka dari itu olahraga menjadi sesuatu yang sangat penting bagi kehidupan.

2. Manfaat Olahraga

- a. Menjauhkan dari beragam penyakit
- b. Meningkatkan daya tahan tubuh
- c. Meningkatkan konsentrasi dan daya pikir
- d. Membuat tubuh lebih tegap

6. Kampanye Olahraga

Dinas pemuda dan olahraga Jawa barat melakukan kegiatan kampanye olahraga yang di prakarsai oleh sarjana Penggerak Pendamping Pembangunan Olahraga (SP3OR) melalui kegiatan olahraga yang merangsang masyarakat melakukan kegiatan olahraga. Kegiatan olahraga diantaranya kegiatan Olahraga Jangka Pendek yaitu kegiatan olahraga mingguan diakhir pekan berupa olahraga rekreasi seperti senam, Jalan santai dan bersepeda, selanjutnya Program Jangka Panjang yaitu kegiatan Minggu gerak (Gurak) yaitu program tahunan yang melibatkan masa yang banyak melibatkan berbagai elemen kegiatan dari mulai senam, olahraga tradisional, *games*, dan kegiatan lain di dalamnya yang menjadi bagian dari kampanye Dispora jawa barat.

7. Gaya Hidup Kurang sehat

Berdasarkan informasi sebagaimana yang telah dijelaskan di latar belakang bahwa Jawa Barat berada diperingkat kelima sebagai provinsi dengan jumlah penduduk obesitas terbanyak di bawah Jakarta, Aceh, Jawa Timur, dan Riau sebanyak 30,7% penduduk Jawa Barat dinyatakan Obesitas dan memiliki Pola hidup tidak sehat. Penduduk yang tinggal di daerah perkotaan, tida terkecuali kota Bandung memiliki resiko lebih besar terkena obesitas di bandingkan masyarakat pedesaan. Ragam alasan melatarbelakangi pendapat tersebut. Kemudahan teknologi, gaya hidup dan tingkat stres yang relatif tinggi di daerah perkotaan dinilai hadir sebagai faktor utama.

8. Sarjana Pendamping Penggerakan Pembangunan Olahraga (SP3OR)

Sarjana Penggerak Pendamping Pembangunan Olahraga (SP3OR) sebagai ahli praktisi pembantu Dispora tiap daerah-daerah di Jawa Barat melalui kegiatan-kegiatan yang melibatkan masyarakat secara umum dari mulai sosialisasi, seminar, penyuluhan tentang pentingnya olahraga sebagai upaya peningkatan olahraga masyarakat Jawa Barat, berfungsi sebagai praktisi yang membantu peran Dispora Jawa Barat di masing-masing wilayah di Jawa Barat, yang bertujuan terciptanya pemerataan disetiap wilayah masyarakat Jawa Barat.

Maka dari itu penelitian ini menggunakan sebuah model kampanye Ostegaard dalam Venus (2012:14-17) yang dirasa cocok untuk Kampanye Peningkatan Kesadaran Olahraga melalui Program SP3OR dengan pernyataan sebagai berikut:

a. Identifikasi Masalah

Langkah pertama yaitu melakukan identifikasi masalah yang ada berdasarkan fenomena yang dirasakan. Kemudian mencari sebab dan akibat berdasarkan fakta yang ada di lapangan.

b. Pengelolaan Kampanye

Langkah kedua yaitu pengelolaan kampanye yang dimulai dari perencanaan, pelaksanaan hingga evaluasi. Tahap ini dibutuhkan riset untuk mengidentifikasi karakteristik khalayak sasaran untuk merumuskan pesan, aktor kampanye, saluran hingga teknis dari kampanye yang sesuai. Pengelolaan ini berdasarkan seluruh isi program kampanye yang diarahkan untuk membekali dan mempengaruhi aspek pengetahuan, sikap dan keterampilan khalayak sasaran.

c. Evaluasi

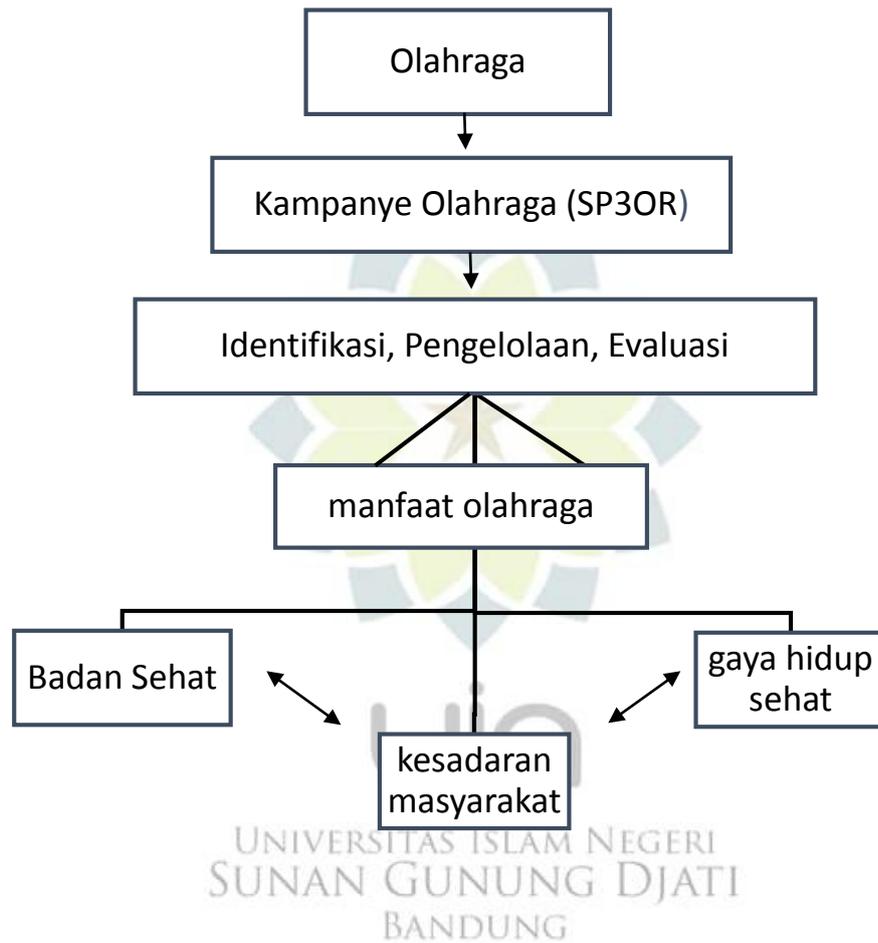
Tahap terakhir yaitu tahap evaluasi pada penanggulangan masalah. Tahap ini disebut juga tahap pasca kampanye. Evaluasi diarahkan pada keefektifan kampanye dalam menghilangkan atau mengurangi masalah sebagaimana yang telah didefinisikan pada tahap pra kampanye.

Berdasarkan kerangka konsep penelitian diatas dapat di gambarkan melalui skema gambar sebagai berikut :



Gambar 1.1

Kerangka konseptual Kampanye *Public Reltions* Dinas Pemuda dan Olahraga
Dalam Peningkatan Olahraga Masyarakat Jawa Barat



Sumber :

Data Olahan Peneliti

1.6 Langkah-Langkah Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan langkah sebagai berikut :

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Dinas Pemuda dan Olahraga Jawa Barat yang terletak di Jln. Pacuan Kuda No.40, Sukamiskin, Arcamanik, Kota Bandung, Jawa Barat. dengan alasan bahwa lokasi tersebut akan tersedianya suatu data yang akan diperlukan dalam pengungkapan masalah yang diteliti.

Penelitian yang dilakukan di lokasi ini dipilih berdasarkan Fenomena yang ada tentunya menjadi topik pembahasan sangat menarik, karena olahraga merupakan aspek sangat penting untuk kehidupan saat ini erat kaitannya dengan kesehatan manusia. Sejalan dengan tugas dari Dispora Jawa Barat untuk menyadarkan masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam segala bentuk kegiatan olahraga yang pada akhirnya diharapkan menjadi gaya hidup bagi setiap warga Jawa Barat.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Konstruktivisme menyatakan bahwa realitas sosial memiliki bentuk yang bermacam-macam, berdasarkan pengalaman sosial, bersifat spesifik dan tergantung pada orang yang melakukan. Konstruktivisme dapat dilihat melalui cara berfikir manusia yang bertindak sebagai agen konstruksi realitas sosial, cara yang dilakukannya adalah dengan memahami atau memberikan makna atas perilaku mereka sendiri. Von *Grasselfeld* dalam Ardianto menyatakan:

“Konstruktivisme menegaskan bahwa pengetahuan tidak lepas dari subjek yang sedang belajar mengerti. Konstruktivisme adalah salah satu filsafat

pegetahuan yang menekankan bahwa pegetahuan kita adalah konstruksi (bentukan) kita sendiri” (Ardianto, 2007:154).

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme pada penelitian yang dilakukan penulis ingin mendapatkan pemahaman yang membantu proses interpretasi suatu peristiwa. Paradigma konstruktivisme ini memandang realitas sosial yang diamati oleh seseorang tidak dapat digeneralisasikan pada semua orang, untuk mendapatkan data-data peneliti menggunakan wawancara mendalam yang dianggap sesuai dengan tujuan penelitian.

Pendekatan kualitatif lebih memandang realitas sebagai suatu yang berdimensi banyak, suatu kesatuan yang utuh, serta berubah-ubah. Biasanya rancangan penelitiannya tidak disusun secara rinci dan pasti sebelum penelitiannya dimulai. Karena itu penelitian kualitatif sering diasosiasikan dengan teknik analisa data dan Penelitian laporan mendalam.

(Sugiyono. 2005:1), menyatakan Metode penelitian ini sering disebut juga sebagai metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi alamiah (*natural setting*). Metode penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti pada objek alamiah, dimana peneliti adalah sebagian instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisa bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Pendekatan yang menggunakan kualitatif bertujuan untuk memahami objek yang diteliti secara mendalam sehingga cenderung dilakukan tidak untuk membuat generalisasi melainkan untuk membuat penjelasan mendalam atau ekstrapolasi atas objek tersebut. Pertanyaan biasanya dimulai dengan umum dan

kemudian meruncing dan mendetail. Penelitian ini sendiri Peneliti berusaha untuk memahami alasan-alasan serta strategi yang dilakukan oleh pihak yang diteliti, melalui pendekatan kualitatif. Pendekatan penelitian ini dirasa sesuai dengan penelitian yang diambil berusaha melihat dari sudut pandang yang diteliti.

1.6.3 Metode Penelitian

Peneliti memilih metode deskriptif kualitatif sebagai metode yang digunakan dalam penelitian ini. Menurut Nawawi(2005:63), metode deskriptif merupakan metode penelitian yang menggambarkan dan melukiskan keadaan, subyek dan obyek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang tampak dan apa adanya.

Adapun Dja'man Satori (2011:23) mengungkapkan bahwa penelitian kualitatif deskriptif dilakukan untuk mengeksplor fenomena-fenomena yang tidak dapat dikuantifikasikan yang bersifat deskriptif, seperti proses atau langkah kerja, formula suatu resep, pengertian-pengertian suatu konsep yang beragam, karakteristik suatu barang dan lain sebagainya.

Oleh karena itu, penelitian ini mencoba menggambarkan dan melukiskan suatu keadaan melalui fenomena yang ada di masyarakat terkait olahraga dalam hal ini gaya hidup yang kurang baik dari masyarakat, yang secara tidak langsung memiliki tingkat obesitas yang tinggi berdasarkan sumber yang dijelaskan diatas. Berdasarkan fenomena yang ada penelitian ini melihat bahwa program kegiatan kampanye yang dilakukan Dispora Jabar dalam meningkatkan kesadaran Olahraga masyarakat Jawa barat sangat tepat dengan permasalahan tersebut.

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

1) Jenis Data

Data yang ditulis dalam penelitian ini adalah :

1. Data mengenai Identifikasi masalah Kampanye *Public Relations* dalam Meningkatkan Kesadaran Olahraga Masyarakat Jawa Barat.
2. Data mengenai Pengelolaan Kampanye *Public Relations* Meningkatkan Kesadaran Olahraga Masyarakat Jawa Barat.
3. Data mengenai Evaluasi Kampanye *Public Relations* dalam Meningkatkan Kesadaran Olahraga Masyarakat Jawa Barat.

2) Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibagi kepada dua bagian, yaitu sebagai berikut:

1) Sumber data primer

Data Primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber asli. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan oleh peneliti sebagai obyek Penelitian. Narasumber yang menjadi sumber rujukan pertama dan utama pada penelitian ini yaitu Pegawai Dinas Pemuda dan Olahraga Jawa Barat yang ahli di bidang kehumasan, serta yang terkait dengan judul penelitian pada hal ini bidang Pembudayaan olahraga.

Sumber data primer digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai perencanaan dan pelaksanaan kegiatan kampanye *public relations* dalam upaya Peningkatan Kesadaran Olahraga Masyarakat Jawa Barat.

2) Sumber data sekunder

menurut Ruslan (2017:30) data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi (tersedia) melalui publikasi atau informasi yang dikeluarkan di berbagai organisasi atau perusahaan, termasuk majalah jurnal, Khusus pasar modal perbankan dan keuangan.

Sumber data sekunder, data sekunder merupakan data pelengkap dari tangan kedua setelah data primer dari mulai buku-buku, makalah, skripsi terdahulu, jurnal dan sumber ilmiah lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

1.6.5 Penentuan Informan atau Unit Penelitian

Penelitian kualitatif tidak mengenal adanya jumlah sample minimum sesuai dalam Heryana Ade (2018) Menjelaskan bahwa umumnya penelitian kualitatif menggunakan jumlah sampel kecil. Bahkan pada kasus tertentu hanya menggunakan satu informan saja. Setidaknya harus dipenuhi aspek kecukupan dan kesesuaian.

Narasumber atau informan yang dijadikan objek penelitian merupakan orang yang berkaitan dan memiliki pengetahuan di bidangnya, yaitu karyawan di Kantor Dinas Pemuda dan Olahraga Jawa Barat yang memiliki kriteria sebagai berikut :

- 1) Informan merupakan Pegawai Dinas Pemuda dan Olahraga Jawa Barat bidang Pembudayaan seksi ketenagaan olahraga berkebutuhan khusus dan rekreasi yang berhubungan langsung dengan kegiatan dan program Kampanye di Dinas pemuda dan olahraga Jawa Barat.

- 2) Informan merupakan Pegawai yang memiliki pengalaman kerja di Dinas Pemuda dan Olahraga Jawa Barat bidang Pembudayaan olahraga seksi ketenagaan olahraga berkebutuhan khusus dan rekreasi selama kurang lebih 1 tahun dan melaksanakan program-program serta kegiatan yang berkaitan dengan kampanye *Public Relations* dalam peningkatan kesadaran olahraga masyarakat Jawa Barat.
- 3) Informan merupakan Praktisi SP3OR di Dinas Pemuda dan Olahraga yang melaksanakan dan paham tentang program yang berkaitan dengan Kampanye *Public Relations* Peningkatan kesadaran Olahraga Masyarakat Jawa Barat dalam hal ini Sarjana Penggerak Pendamping Pembangunan Olahraga (SP3OR) diwilayah tugas kecamatan Gede Bage Kota Bandung, Jawa Barat.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Kelebihan dari analisis deskriptif adalah penggunaan berbagai sumber data (multisumber) secara terperinci. Bukti data tersebut bisa berupa dokumen, rekaman arsip, wawancara, observasi, dan perangkat fisik. Dalam penelitian ini, data yang diperlukan dengan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1) Observasi

Observasi dilakukan dengan cara datang langsung ke Kantor Dinas Pemuda dan Olahraga Jawa Barat dan juga dengan menanyakan kepada Pegawai Dinas Pemuda dan Olahraga Jawa Barat bidang pemasyarakatan olahraga, mengenai "kampanye *Public Relations* paya Peningkatan kesadaran Olahraga Masyarakat Jawa Barat". Melakukan observasi sesuai dengan fenomena yang ada kemudian merujuk pada kegiatan-kegiatan dan strategi kampanye dari Dispora Jawa Barat dalam upaya Peningkatan kesadaran Olahraga masyarakat Jawa Barat.

2) Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu untuk memperoleh informasi dari teori wawancara. Wawancara adalah teknik mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam (Ardianto, 2010:178). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan pihak Pegawai Dinas Pemuda dan Olahraga Jawa Barat, wawancara yang dilakukan dengan cara tanya jawab langsung untuk mencari dan mengumpulkan informasi atau data tentang program dari peningkatan olahraga kemudian bidang yang terkait dengan kegiatan tersebut.

Kegiatan wawancara dilakukan agar penelitian ini mendapatkan data secara langsung dengan Humas Dinas Pemuda dan Olahraga Jawa Barat dan beberapa pihak lain yang terlibat dalam kegiatan kampanye *Public relations*, sehingga dapat menginterpretasi dan mendeskripsikan kegiatan kampanye upaya Peningkatan Kesadaran Olahraga Masyarakat Jawa Barat.

1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Menurut Ruslan (2003:217-218) Terdapat empat model triangulasi dalam memeriksa keabsahan data yang memanfaatkan pengecekan sumber lain untuk pembandingan dalam penelitian kualitatif.

Pertama teknik triangulasi dengan sumber, yang berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda melalui:

1. Perbandingan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
2. Perbandingan apa yang dikatakan seseorang di depan umum dan apa yang diucapkan secara pribadi.
3. Perbandingan apa yang dikatakan dengan situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
4. Perbandingan keadaan dan perspektif seseorang berpendapat sebagai rakyat biasa dengan yang berpendidikan dan pejabat daerah.

Kedua teknik triangulasi dengan metode, terdapat dua strategi berupa pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian melalui beberapa teknik pengumpulan data, dan pengecekan derajat kepercayaan beberapa data dengan sumber data yang sama.

Ketiga teknik triangulasi penyidik, dengan memanfaatkan penelitian atau pengamatan lainnya untuk pengecekan kembali derajat dari kepercayaan data.

Keempat teknik triangulasi teori, berdasarkan anggapan bahwa fakta tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu teori atau lebih dan dapat dilaksanakan dengan penjelasan banding.

1.6.8 Teknik Analisis Data

Menurut Ardianto (2010:216) analisis data dalam penelitian kualitatif harus dimulai sejak awal. Data yang diperoleh dalam lapangan harus segera dituangkan dalam bentuk tulisan dan dianalisis. Pemahaman tentang penelitian kemudian diadakan pemetaan atau deskripsi tentang data tersebut. Ada tiga kegiatan analisis data Menurut Miles dan Huberman yaitu:

1. Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakkan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan, proses ini berlangsung terus menerus berkaitan dengan hasil pengumpulan data dari Dinas Pemuda dan Olahraga Jawa Barat dan data terkait di media cetak baik berupa hasil observasi, wawancara, maupun dokumentasi yang terkait dengan kegiatan memonitoring berita dan dimana kesimpulan akhir yang dapat digambarkan.
2. Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajian data kualitatif, dapat berupa teks naratif maupun matrik, grafik, jaringan dan bagan. Setelah pemisahan dan pemilihan data sebagai bagian dari reduksi data, data-data mengenai kegiatan memonitoring berita Dinas Pemuda dan Olahraga Jawa Barat, hasil dari pengumpulan data tersebut kemudian dianalisis dan ditafsirkan dalam bentuk tulisan.
3. Penarikan kesimpulan atau verifikasi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan peneliti secara terus menerus selama berada di lapangan. Dari permulaan pengumpulan data, mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan pola-pola, penjelasan-penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat. Maka tahap akhir yaitu mengambil suatu kesimpulan dengan melakukan interpretasi sesuai dengan maksud yang terkandung dalam penelitian Kampanye *Public relations* dalam Meningkatkan kesadaran Olahraga Masyarakat.