

ABSTRAK

Ari Nurizki Saputra, (*Kampanye Public Relations Program Bandung Bersatu di Pemerintah Kota Bandung (Studi Kasus Pada Aparatur Sipil Negara Pemerintah Kota Bandung)*)

Program Bandung Bersatu (Berjamaah Shalat tepat waktu) di Pemkot Bandung merupakan salah satu program terobosan baru dalam rangka meningkatkan kedisiplinan Aparatur Sipil Negara (ASN) dilingkungan Pemerintah kota Bandung.

Oleh karna itu penelitian ini bertujuan untuk mendalami proses identifikasi masalah, pengelolaan, pelaksanaan dan evaluasi kampanye *Public Relations* program Bandung Bersatu (Berjamaah Shalat tepat waktu).

Teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan konsep yang dikemukakan oleh Ostergaard yang meliputi identifikasi masalah, pengelolaan, pelaksanaan dan evaluasi program kampanye.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dimana metode studi kasus merupakan pendekatan penelitian yang menelaah variabel suatu kasus secara intensif, mendalam, dan mendetail.

Hasil penelitian menunjukkan kurang maksimal dilihat dari aspek proses identifikasi masalah yang tidak di kaji secara mendalam, pengelolaan kampanye yang kurang terkoneksi dengan baik, pelaksanaannya dibentuk melalui organisasi kampanye (*campaign organizer*), dan proses evaluasi tidak dilakukan secara konsisten dan berkala.

Maka sarannya adalah proses identifikasi harus memperhatikan studi kelayakan kajian internal dan eksternal, pengelolaan harus memperhatikan unsur-unsur dari perancangan kampanye, pelaksanaan harus terintegrasi dengan adanya pengawasan, evaluasi sebaiknya dilakukan secara rutin dan terjadwalkan.

ABSTRACT

Ari Nurizki Saputra, (*Public Relations Campaign Bandung Unified Program (Congregation of Prayers on time) in Bandung City Government (case study on ASN Bandung City Government)*)

The Bandung Unity Program (Congregation of Prayers on time) in Bandung City Government is one of the new breakthrough programs in order to improve the discipline of the State Civil Apparatus (ASN) within the Government of Bandung city

Therefore, this study aims to explore the process of problem identification, management, implementation and evaluation of the Public Relations campaign program of the United Bandung (Congregational Prayers on time).

The theory used in this study uses the concept put forward by Ostergaard which includes problem identification, management, implementation and evaluation of campaign programs

The method used in this research is a case study where the case study method is a research approach that examines the variables of a case intensively, deeply, and deeply.

The results showed less than the maximum seen from aspects of the process of identifying problems that are not examined in depth, the management of the campaign that is less well connected, the implementation is formed through a campaign organization (campaign organizer), and the evaluation process is not carried out consistently and periodically.

Then the suggestion is the identification process must pay attention to feasibility studies internal and external studies, management must pay attention to the elements of the design of the campaign, implementation must be integrated with the supervision, evaluation should be done regularly and scheduled.