

ABSTRAK

Regita Pratami Putri, Kampanye *Public Relations* mengenai Pencegahan Covid-19 oleh Pemerintah Kota Bekasi (Studi Deskriptif pada Pemerintah Kota Bekasi dalam Upaya Memberikan Informasi Mengenai Pencegahan Covid-19 di Kota Bekasi).

Corona Virus Disease-2019 atau yang biasa dikenal Covid-19 adalah penyakit peradangan paru. Hingga saat ini, belum adanya vaksin maupun pengobatan khusus untuk penderita yang terinfeksi virus corona. Saat ini Kota Bekasi merupakan salah satu Kota yang masuk wilayah zona merah dalam penyebaran virus corona. Humas Kota Bekasi bertugas sebagai representatif Pemerintah Kota Bekasi dalam memberikan informasi kepada khalayak luas bekerjasama dengan beberapa Kedinasan lainnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses kegiatan Kampanye Pencegahan Covid-19 yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bekasi.

Penelitian ini menggunakan konsep kampanye dari Leond Ostergaard yang merupakan sebuah pemikiran mengenai perubahan sosial. Paradigma yang digunakan adalah konstruktivisme yang bertujuan untuk memaknai informasi yang diberikan oleh informan. Pendekatan yang digunakan adalah interpretatif dengan menggunakan metode penelitian studi deskriptif dimana dalam penelitian ini peneliti bertujuan untuk memahami, menggambarkan, dan mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata mengenai proses dan tahapan kampanye *Public Relations* pencegahan Covid-19 yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bekasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dokumentasi dan wawancara mendalam dengan pihak yang terlibat dalam kegiatan kampanye.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kampanye *Public Relations* mengenai Pencegahan Covid-19 yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bekasi diawali dengan tahap *pertama*, melakukan pencarian fakta dengan beberapa metode melalui kegiatan monitoring media untuk mengamati kondisi masyarakat, melalui kegiatan sosialisasi langsung untuk mengamati sikap dan perilaku masyarakat, dan melalui laporan pengaduan dari masyarakat untuk mengamati opini publik. Tahap *kedua*, melakukan perancangan kegiatan kampanye dengan menetapkan tujuan kampanye, merancang pesan kampanye, memilih saluran kampanye, dan menentukan pelaku kampanye. Tahap *ketiga*, melakukan pelaksanaan kegiatan kampanye, meliputi pelaksanaan melalui media dan pelaksanaan melalui tatap muka. Tahap *keempat*, melakukan evaluasi kegiatan kampanye, melalui monitoring media dan melalui pengelolaan *Press Release*.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Pemerintah Kota Bekasi dinilai telah berhasil dalam melakukan kampanye *Public Relations* mengenai pencegahan Covid-19 di karenakan adanya penurunan jumlah pasien yang terinfeksi Covid-19 di Kota Bekasi, hal tersebut terjadi karena humas Pemerintah Kota Bekasi telah melakukan kegiatan kampanye melalui beberapa tahapan seperti pencarian fakta, perancangan kegiatan, pelaksanaan kegiatan, dan evaluasi kegiatan sesuai dengan konsep kampanye dari Leond Ostergaard.

Kata Kunci: Kampanye *Public Relations*, Covid-19

ABSTRACT

Regita Pratami Putri, *Public Relations campaign on preventing Covid-19 by the Bekasi city government (Descriptive study of the Bekasi city government to provide information on prevention of Covid-19 in Bekasi).*

Corona Virus Disease-2019 or commonly known as Covid-19 is a pulmonary inflammatory disease. Until now, there are no vaccines or special treatments for patients infected with corona viruses. Currently, Bekasi City is one of the cities that entered the red zone region in the spread of Corona viruses. Public relations of Bekasi City is serving as representative of Bekasi city government in providing information to the wider audience in cooperation with some other. The purpose of this research is to find out how the Covid-19 prevention campaign process was conducted by the Bekasi city government.

This research uses the concept of a campaign from Leond Ostergaard which is a thought about social change. The paradigm used is constructivism that aims to define the information provided by the informants. The approach used is interpretive by using descriptive study research methods where in this study researchers aim to understand, describe, and describe in the form of words about the process and stages of the Public Relations campaign to prevent Covid-19 conducted by the Bekasi City Government. The data collection techniques used are documentaries and in-depth interviews with parties involved in campaign activities.

The results of this research show that Public Relations campaign on the prevention of Covid-19 conducted by the government of Bekasi City begins with the first phase, do a fact-finding with several methods through media monitoring activities to observe the condition of the community, through direct socialization activities to observe the attitudes and behaviors of society, and through reports of complaints from the public to observe the opinion of The second stage, designing campaign activities by setting campaign objectives, drafting campaign messages, selecting campaign channels, and determining campaign principals. The third stage, conducting the implementation of campaign activities, covering the implementation through the media and implementation through face-to-face. The fourth stage, conducting an evaluation of campaign activities, through media monitoring and through the management of Press Release.

Based on the results of the research,, it can be concluded that the Bekasi City Government has been successful in conducting public relations campaign on covid-19 prevention due to the decrease in the number of patients infected with Covid-19 in Bekasi City, this is because the public relations of bekasi city government has conducted campaign activities through several stages such as fact finding, event design, activity implementation, and evaluation of activities in accordance with the concept of the campaign from Leond Ostergaard.

Keywords: *Public Relations campaign, Covid-19.*