

ABSTRAK

Muhammad Nur Hidayat: “Kampanye Public Relations “Ujang Baron” (Urang Jaga Lingkungan Bareng Ronda Meh Aman) Sebagai Upaya Menjaga Keamanan di Kota Bandung (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Bagian PPID Satpol PP Kota Bandung)”

Masyarakat Kota Bandung harus semakin waspada dengan meningkatnya upaya tindak kejahatan yang meresahkan terutama semenjak Pandemi Covid-19 agar tidak menjadi korban. Kondisi himpitan ekonomi menjadi salah satu alasan utama pelaku dalam melakukan tindak kejahatan sehingga diperlukan pengawasan atau penertiban. Penertiban ini merupakan salah satu kewajiban Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Bandung sebagaimana tercantum dalam Peraturan Daerah (Perda) Pemerintah Kota Bandung Nomor 9 Tahun 2019 tentang Ketertiban Umum, Ketenteraman dan Perlindungan Masyarakat (Tibumtran Linmas) Akan tetapi pada kenyataannya, Partisipasi aktif masyarakat dalam menjaga keamanan di lingkungannya masih dirasa kurang bahkan minim dan Tidak semua wilayah kelurahan atau kecamatan di Kota Bandung yang giat melaksanakan ronda rutin.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui gambaran kegiatan kampanye oleh Satpol PP Kota Bandung dalam meningkatkan pengamanan lingkungan secara bersama-sama dengan masyarakat sekitar yang mana kegiatan ini dapat mencegah lebih dini terhadap adanya upaya tindak kejahatan di kawilayahan Kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan Model Kampanye Ostergaard, Leon Ostergaard merupakan pencetus model kampanye ini menjelaskan bagaimana proses awal yakni identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan hingga melakukan penilaian atas pelaksanaan program Ujang Baron (Urang Jaga Lingkungan Bareng Ronda Meh Aman) sebagai mencegah adanya indikasi tindak kejahatan di Kawilayahan Kota Bandung dengan memanfaatkan media sosial. Paradigma yang digunakan adalah konstruktivisme serta pendekatan kualitatif dengan menggunakan penelitian studi deskriptif, karena peneliti ingin mengetahui bagaimana proses kampanye Ujang Baron. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan mengumpulkan data primer seperti wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa yang pertama dalam mengidentifikasi masalah dengan mengamati pelaksanaan kegiatan ronda rutin di lingkungan kelurahan dan kecamatan di kota Bandung dan mencari data dengan berbagai pihak terkait. Kedua, Rancangan program kampanye dilakukan dengan tatap muka untuk menentukan pelaku dan saluran serta penjadwalan yang koordinatif, Ketiga, Pelaksanaan kampanye dilakukan secara langsung atau tatap muka dan inklusif, Dan keempat Pemanfaatan media sosial dalam proses koordinasi kampanye melalui grup dan wadah untuk melakukan penilaian atas pelaksanaan kegiatan.

Kata Kunci:

Program Ujang Baron, Kampanye Public Relations

ABSTRACT

Muhammad Nur Hidayat: "Public Relations Campaign of the" Ujang Baron " (We Guarding the Environment with Ronda So that Safely) as Efforts to Maintain Security in Bandung City (Qualitative Descriptive Study at the PPID Section of Satpol PP Bandung City)

The people of Bandung must be increasingly vigilant with the increasing number of disturbing crime attempts, especially since the Covid-19 Pandemic so as not to become victims. The condition of economic pressure is one of the main reasons for perpetrators to commit crimes. So that supervision or control is needed, this restraint is one of the obligations of the Bandung Civil Service Police Unit (Satpol PP) as stated in the Bandung City Government Regional Regulation (Perda) Number 9 of 2019 concerning Public Order, Peace and Protection of the Community (Tibumtran Linmas). But in fact, the active participation of the community in maintaining security in their environment is still considered insufficient and even minimal and not all urban villages or sub-districts in the city of Bandung actively carry out routine patrols.

The purpose of this study is to determine the description of campaign activities by Satpol PP of Bandung City to improve environmental protection together with the surrounding community, where this activity can prevent early crime attempts in the area of Bandung City.

This study uses the Ostergaard Campaign Model, Leon Ostergaard which is one of this campaign model will be explain how the process from the start, namely problem identification, planning, implementation to assessing the implementation of the Ujang Baron program (Urang Jaga Lingkungan Together with Ronda Meh Aman) as a prevention. there is an indication of a crime in Bandung City area by utilizing social media. The paradigm used is constructivism and a qualitative approach using descriptive study research, because researchers want to know how the process of Ujang Baron's campaign. The data collection technique used is to collect primary data such as interviews and documentation.

The results of this study indicate that, One is how to Identifying problems by observing the implementation of routine patrol activities in urban villages and sub-districts in Bandung and searching for data with various related parties. Two, the design of the campaign program is carried out face-to-face to determine the actors and channels as well as coordinative scheduling. Three, The campaign is carried out directly or face-to-face and is inclusive, And four is How to Use of social media in the campaign coordination process through groups and forums to assess the implementation of activities.

Keywords:

Ujang Baron Program, *Public Relations Campaign*