

## ABSTRAK

**Nisa Pratami:** Kampanye *Public Relations* Tentang Sosialisasi Program Besadu Sebagai Sarana Aspirasi dan Pengaduan Masyarakat Belitung (Studi Deskriptif pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Belitung).

Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Belitung merupakan salah satu organisasi perangkat daerah di Kabupaten Belitung yang dipimpin oleh kepala dinas dan berkedudukan di bawah dan bertanggungjawab kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah. Penelitian ini menelaah bagaimana pelaksanaan kegiatan Kampanye *Public Relations* Tentang Sosialisasi Program Besadu Sebagai Sarana Aspirasi dan Pengaduan Masyarakat Belitung. Kanal Besadu merupakan salah satu program inovasi Pemerintah Kabupaten Belitung yang resmi diluncurkan pada 04 Februari 2019 untuk menampung segala bentuk aspirasi dan aduan dari masyarakat terkait pelayanan publik.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menggambarkan tentang pencarian fakta, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi yang dilakukan Diskominfo Belitung dalam melaksanakan kegiatan kampanye *Public Relations* dalam mensosialisasikan Besadu. Metode yang diterapkan ialah studi deskriptif dengan paradigma yang digunakan dalam penelitian ini ialah konstruktivisme serta teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan wawancara secara mendalam, observasi dan dokumentasi. Peneliti menggunakan model kampanye Ostegaard karena diharapkan dapat memaparkan proses kampanye secara menyeluruh sehingga dapat menunjukkan keterikatan antara beberapa bagian yang menjadi aspek dari kegiatan kampanye.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas Kampanye *Public Relations* dalam mensosialisasikan Program Besadu menerapkan empat tahapan, yakni: (1) Pencarian fakta (2) Tahap perencanaan kampanye, meliputi penetapan tujuan, publik sasaran, pesan, strategi dan komunikator (3) Tahap pelaksanaan, meliputi penyelenggaraan sosialisasi langsung dan sosialisasi tidak langsung (4) Tahap evaluasi yakni tahap untuk menilai sejauh mana keberhasilan yang diraih dari aktivitas kampanye *Public Relations*.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Kampanye *Public Relations* yang dilakukan oleh Diskominfo Belitung dalam rangka mengagregasi kepentingan masyarakat terkait pelayanan publik, pengumpulan aduan dan aspirasi yang disampaikan oleh masyarakat melalui kanal Besadu merupakan keinginan masyarakat dalam rangka meningkatkan pelayanan publik khususnya dalam penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan.

### **Kata Kunci:**

Kampanye, Kampanye *Public Relations*, Sosialisasi, Program Besadu.

## ABSTRACT

**Nisa Pratami:** *Public Relations Campaign About Besadu Program Socialization as a Means of Aspirations and Complaints of the Belitung Community (Descriptive Study at the Belitung Regency Communication and Information Office).*

*The Belitung Regency Communication and Information Office is one of the regional apparatus organizations in Belitung Regency which is led by the head of the service and is located under and responsible to the Regent through the Regional Secretary. This study examines how the implementation of the Public Relations Campaign on the Besadu Program Socialization as a Means of Aspirations and Complaints of the Belitung Community. The Besadu Canal is one of the Belitung Regency Government's innovation programs which was officially launched on February 4, 2019 to accommodate all forms of aspirations and complaints from the public regarding public services.*

*This study aims to describe the fact-finding, planning, implementation and evaluation carried out by Diskominfo Belitung in carrying out Public Relations campaign activities in disseminating Besadu. The method applied is a descriptive study with the paradigm used in this research is constructivism and data collection techniques in this study are in-depth interviews, observation and documentation. The researcher uses the Ostegaard campaign model because it is expected to be able to describe the campaign process as a whole so that it can show the relationship between several parts that are aspects of campaign activities.*

*The results of this study indicate that the activities of the Public Relations Campaign in disseminating the Besadu Program implemented four stages, namely: (1) Fact finding (2) The campaign planning stage, including setting goals, target public, messages, strategies and communicators (3) The implementation stage, covering organizing direct and indirect socialization (4) The evaluation stage is the stage to assess the extent to which the success achieved from the activities of the Public Relations campaign.*

*Based on the results of the study, it shows that the Public Relations Campaign carried out by the Belitung Diskominfo in order to aggregate the interests of the community regarding public services, collecting complaints and aspirations submitted by the community through the Besadu channel is the desire of the community in order to improve public services, especially in governance and development.*

**Keywords:**

*Campaign, Public Relations Campaign, Socialization, Besadu Program*