

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Citra, mungkin itulah yang terlintas dipikiran anda saat mendengar kata public relations, namun ternyata definisi public relations / humas yang sebenarnya tidak hanya membahas tentang pencitraan. Menurut para pakar, hingga saat ini belum terdapat arti mutlak tentang definisi dari PR/Humas. Adanya kesenjangan arti tersebut disebabkan oleh banyaknya definisi yang muncul dari pakar-pakar komunikasi baik secara akademis maupun professional praktisi public relations. Hal ini dilandasi oleh perbedaan latarbelakang dan pengalaman dari setiap pakar yang menimbulkan penumpukan data akan definisi dari PR itu sendiri.

Dari sekian banyak definisi dari PR /Humas itu sendiri, terkadang kita sampai mengesampingkan pertanyaan-pertanyaan umum yang kerap muncul seperti apa fungsi humas? Apa pekerjaan utama dari seorang praktisi humas? Bagaimana seorang humas bisa bertanggung jawab untuk membangun image baik perusahaan perusahaan dimata publik? Serta langkah preventif apa yang harus dilakukan seorang praktisi public relations dalam membangun dan mempertahankan citra perusahaan?. Tentunya pertanyaan-pertanyaan umum seperti itu yang terdengar sederhana namun kerap dilupakan jika kita berbicara tentang dunia kehumasan.

Ada banyak istilah dalam dunia kehumasan, mungkin diantaranya citralah yang paling menonjol. Tidak dapat dipungkiri bahwa humas tidak terlepas dari aktivitas komunikasi. Selain untuk membangun citra seorang praktisi humas harus menjalankan perannya sesuai dengan yang dikemukakan oleh Effendy (2005). fungsi utama dari komunikasi itu sendiri yakni: to Inform, to Educate, to Entertain, to Influence. Dalam penelitian ini penulis menitik beratkan kajian penelitian berdasarkan fungsi komunikasi tersebut.

Dalam dunia kehumasan dikenal sebuah istilah yang disebut dengan kampanye. Berbeda dengan dunia politik yang menggunakan kampanye sebagai sarana untuk mendapatkan suara, kampanye dalam kehumasan adalah sarana yang digunakan oleh praktisi humas dalam menginformasikan serta mensosialisasikan perkembangan perusahaan berupa kegiatan atau aktivitas terkini, perkembangan, serta event yang akan dijalankan perusahaan dalam kurun waktu tertentu.

Dari kegiatan kampanye perusahaan inilah dapat dinilai seberapa aktif kontribusi perusahaan dalam menginformasikan aktivitas-aktivitas terkini perusahaan kepada stakeholdernya baik itu eksternal maupun internal. Seorang praktisi public relations yang berperan sebagai perantara utama antara perusahaan dan publiknya adalah yang bertanggung jawab untuk menaungi kampanye perusahaan tersebut.

Berdasarkan uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa praktisi public relations adalah lembaga/perseorangan yang bertanggung jawab untuk mendukung dan membantu manajemen dalam pengelolaan seluruh aktivitas komunikasi baik secara umum maupun khusus dalam korporasi yang berperan aktif sebagai jembatan aspirasi antara khalayak/public dengan manajemen korporasi, dalam upaya membangun dan mempertahankan citra positif perusahaan.

Untuk membangun citra positif perusahaan tentunya seorang praktisi public relations dituntut untuk mampu menciptakan ide-ide yang kreatif dalam dan segera untuk menarik perhatian publiknya. Salah satu cara yang paling efektif untuk menarik perhatian media dan public adalah dengan melakukan Kampanye Public Relations (PR Campaign).

Era 4.0 merupakan perwujudan maju nya sebuah peradaban dimana kampanye sering digunakan suatu instansi ataupun perusahaan untuk mendapatkan kepercayaan dari publik. Seperti yang dikatakan Adiguna (2018) pada jurnal “Kampanye Yuk Menabung Saham BEI untuk mengganti Pola Pikir masyarakat Menabung menjadi rakyat Berinvestasi” Vol. 9 1 bahwa kampanye dapat dilakukan dengan berbagai cara yang sesuai dengan tujuan perusahaan atau intansi terkait. Ketika kepercayaan publik sudah didapatkan instansi, maka intansi akan memperoleh goodwills tujuannya. Sehingga Kampanye Public Relations diartikan sebagai suatu kegiatan manajemen komunikasi dengan tujuan mengubah sikap masyarakat agar sesuai dengan keinginan perusahaan atau intansi

Wicaksana (2015) pada jurnal nya” Advertensi Produk Minuman Sehat Vol. 3 Versi 1 Lewat Game Interaktif” menjelaskan bahwa seseorang harus menyatakan catatan sepanjang advertensi. Dalam kegiatannya, terdapat orang penyebar yang memiliki catatan bernilai yang akan mempengaruhi efektifitas kampanye, ada orang yang memiliki integritas dalam indera kegiatan untuk menggantikan data yang hendak dikomunikasikan selama kegiatan, dan ada komunikator yang akan memaksimalkan kegiatan.

Public Relations memiliki peranan yang sangat penting untuk bisa menyampaikan berita atau informasi berguna bagi masyarakat sesuai dengan tugas primer seorang Public Relations suatu perusahaan atau intansi salah satunya yaitu kampanye. Kegiatan kampanye merupakan konsep awal yang dimiliki oleh intansi dimana terdapat berbagai macam metode yang digunakan baik secara langsung maupun tidak langsung. Kegiatan kampanye ini memerlukan humas selaku perantara dua arah yang menghubungkan forum dengan publiknya. Kampanye yg dilakukan humas memiliki tujuan untuk menghipnotis public agar percaya pada perusahaan atau intansi sehingga kepercayaan khalayak sangat berpengaruh terhadap keberadaan perusahaan atau intansi yang nantinya public dapat mengetahui dan ikut serta dalam acara yang dilakukan perusahaan atau intansi guna memberikan gambaran baik dan kepercayaan dari public.

Seiring dengan perkembangan zaman, kampanye dilakukan oleh perusahaan atau instansi bahkan organisasi lain yang ada di Indonesia, salah satunya Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat sebagai badan publik yang melakukan kampanye untuk memberikan isu kepada khalayak berkaitan dengan pendidikan serta program yang sudah direncanakan Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat. Tujuan dari kampanye ini adalah menjadikan Jawa Barat yang memiliki pendidikan maju guna membangun sumber Daya Insan (SDI) yang berkarakter, cerdas, mandiri, menguasai IPTEK dan berbasis budaya Jawa Barat. Menghadapi perkembangan zaman, pendidikan dibutuhkan untuk membentuk sumber daya manusia yang unggul sehingga dapat bersaing dalam mencapai tujuan yang diharapkan.

Undang-undang Sisdiknas Nomor 20 Tahun 2003 menjelaskan bahwa belajar adalah kegiatan yang menghasilkan suasana pengamalan dan cara belajar yang sadar dan sistematis, agar peserta didik mampu secara aktif meningkatkan kemampuannya, memiliki kekuatan spiritual keimanan, akhlak, pengendalian diri, kecerdasan, dan kecerdasan. Berkepribadian terhormat, dan keterampilan yang dilakukan oleh dirinya sendiri, warga negara, negara, dan negara.

Sebagaimana tercantum dalam alinea IV Pembukaan UUD 1945, tujuan negara Indonesia adalah untuk membimbing warga negaranya. Belajar juga sangat berarti bagi seseorang, karena belajar sangat berguna untuk membina kekuatan pembangunan yang memiliki keterampilan atau wawasan yang handal untuk meningkatkan daya produksi, kualitas dan kemampuan kerja,

serta memelihara nilai-nilai yang dijunjung tinggi oleh masyarakat dan negara. Jadi asal mula pendidikan berarti salah satu faktor terpenting dalam kehidupan manusia.

Dengan melakukan pendidikan yang berkualitas, seseorang dapat memperoleh pengetahuan, yang kita ketahui bersama bahwa pengetahuan adalah kekuatan utama dalam menjalankan kehidupan. Orang yang tidak memiliki kekayaan tetap bisa hidup dalam situasi dan kondisi apapun, tetapi orang yang tidak memiliki pengetahuan sedikit pun akan kebingungan menghadapi semut. Dewasa ini begitu banyak kemudahan dalam melaksanakan proses belajar mengajar, pemanfaatan teknologi juga dilakukan untuk mempermudah sistem pembelajaran bagi siswa atau tenaga pengajar untuk memberikan pelajaran kepada siswanya. Bahkan siswa saat ini relatif mahir dalam menggunakan teknologi yang ada, baik yang dimiliki langsung maupun yang dimiliki oleh orang tuanya.

Persiapan menghadapi 4.0 yang telah digaungkan sejak lama menuntut warga dari berbagai lapisan masyarakat untuk dapat mengoperasikan teknologi yang telah diciptakan oleh para ilmuwan dan disediakan oleh banyak perusahaan yang menyediakan berbagai macam kebutuhan masyarakat dalam memperlancar aktivitas sehari-hari.

Penemuan di lapangan baik melalui media online maupun dari cerita orang tua dan siswa yang mengalami sistem pembelajaran online di masa pandemi Covid 19, Komisi Perlindungan Anak Indonesia menerima 213

pengaduan pembelajaran jarak jauh (PJJ) selama tiga minggu, mulai 16 Maret hingga 9 April 2020 serupa dengan yang dimuat di situs KPAI. Dari jumlah itu, mayoritas pengaduan terkait beratnya tugas yang diberikan oleh guru pada siswa. “Pengaduan didominasi oleh mahasiswa sendiri terkait berbagai tugas mengajar yang dinilai berat dan menghabiskan energi serta kuota internet,” kata Komisioner Pendidikan KPAI, Retno Listyarti, melalui liputan tertulis yang diterima Kompas.com, Senin (13/4/2020).

“Kampanye Public Relations Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat dalam Penerapan Pembelajaran Daring di Masa Pandemi Covid-19” menjadi penelitian yang menarik untuk dilakukan penelitian berdasarkan latar belakang di atas karena metode pembelajaran secara online ialah metode yang jarang dipakai di Indonesia, meskipun begitu peneliti beranggapan bahwa metode pembelajaran ini akan bias dipergunakan secara permanen di masa yang akan datang mengingat semakin majunya teknologi internet waktu ini. Peneliti memilih melakukan penelitian ini sebab metode pembelajaran online ini merupakan sebuah metode baru dalam pembelajaran di sekolah. Asumsi peneliti DISDIK Jawa Barat membutuhkan sebuah strategi kampanye PR agar metode ini dapat berlangsung dengan baik dan tanpa kendala, peneliti sangat tertarik dengan masalah ini karena kaingin tahuan yang mendalam.

Masa Pandemi Covid 19 seperti sebuah situasi yang mendorong global pendidikan buat memakai metode tadi yg bias kita anggap sebagai tahap uji coba dimana nantinya akan memungkinkan dunia pendidikan pada Indonesia memakai metode pembelajaran tersebut secara permanen dimasa yg akan datang. Maka kampanye mengenai metode pembelajaran online ini menjadi factor utama dalam penjajakan tahap selanjutnya yang dilakukan oleh Public Relations.

1.2 Fokus Penelitian

Sesuai penerangan latar belakang diatas, penelitian difokuskan pada “Kampanye Public Relations Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat dalam Penerapan Pembelajaran Daring di Masa Pandemi Covid-19”. Dalam memperdalam penelitian, maka peneliti mempunyai beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan (*Planning*) *Public Relations* Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat dalam penerapan pembelajaran daring pada sekolah-sekolah di masa pandemi Covid-19?
2. Bagaimana pelaksanaan (*actuating*) kampanye yang dilakukan Public Relations Dinas Pendidikan Jawa Barat?
3. Bagaimana evaluasi (*Evaluating*) kampanye Public Relations Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perencanaan *Public Relations* Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat dalam penerapan pembelajaran daring pada sekolah-sekolah di masa pandemi Covid-19.
2. Untuk mengetahui pelaksana kampanye yang dilakukan Public Relations Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat.
3. Untuk mengetahui evaluasi kampanye Public Relations Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademisi

Penelitian ini diharapkan bisa menyampaikan sumbangsih wawasan, dan bisa dipergunakan menjadi referensi pengetahuan pada aktivitas belajar mengajar dan dapat memperluas ilmu Public Relation.

1.4.2 Kegunaan Praktisi

Penelitian ini mampu dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan mengenai pentingnya peran PR pada instansi dalam melakukan kegiatan kampanye guna mencapai apa yang menjadi tujuan berasal pelaksanaan kampanye yg dilakukan.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Temuan baru dari penelitian ini tidak jauh dari sumber penelitian sebelumnya, dimana peneliti mencari data penelitian terdahulu dari bahan kajian yang selaras dengan penelitian sebagai acuan untuk memperdalam pemikiran penelitian sebelumnya. Adapun persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut :

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	Candra Dani Murdani (2018) Skripsi	STRATEGI HUMAS DINAS PENDIDIKAN PROVINSI JAWA BARAT DALAM PENYEBARLUASAN INFORMASI KEPADA SETIAP BAGIAN MELALUI PENYEBARAN KLIPING	Deskriptif Kualitatif	Dari hasil penelitian yang dikumpulkan dalam penelitian didasarkan pada kegiatan pengumpulan fakta kliping adalah kegiatan yang rutin mereka; definisi masalah masih ada masalah jumlah personel humas dan respon yang kurang. Program perencanaan telah perencanaan dan hubungan masyarakat yang bersifat jangka pendek dan jangka panjang. Aksi dan komunikasi berjalan dengan baik berkaitan dengan identitas kliping berita. Evaluasi yang dilakukan dalam	Penelitian ini mencari tahu bagaimana strategi bidang humas untuk menyebarkan suatu informasi melalui media tertentu, dan tidak ada kaitannya dengan kampanye PR, Sementara penelitian penulis berkaitan dengan kampanye PR suatu program kepada masyarakat di situasi	Penelitian memiliki subjek penelitian yang sama di Dinas Pendidikan Jawa Barat

				sebuah forum dimulai bertahun-tahun. strategi Humas dalam penyebaran klipng sudah berjalan cukup baik meskipun masih ada beberapa Masalah alam definisi masalah.	Pandemi Covid 19	
2.	Rissa Khoerunnisa, Jurusan Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat, UIN Sunan Gunung Djati Bandung Jurusan Manajemen Dakwah, UIN Sunan Gunung Djati Bandung (2018) Jurnal	Aktivitas Kampanye Public Relations dalam Mensosialisasikan Internet Sehat dan Aman	Kualitatif	Dari hasil penelitian yang dikumpulkan dalam penelitian didasarkan pada kegiatan pengumpulan fakta klipng adalah kegiatan yang rutin mereka; definisi masalah masih ada masalah jumlah personel humas dan respon yang kurang. Program perencanaan telah perencanaan dan hubungan masyarakat yang bersifat jangka pendek dan jangka panjang. Aksi dan komunikasi berjalan dengan baik berkaitan dengan identitas klipng berita. Evaluasi yang dilakukan dalam sebuah forum dimulai a bertahun-tahun. Strategi humas dalam penyebaran klipng sudah berjalan cukup baik meskipun masih	Penelitian ini hampir tidak memiliki perbedaan, perbedaanya hanya terletak pada kampanye yang dilakukan merupakan program yang berbeda, penelitian ini Kampanye mengenai Internet sehat dan aman. Sementara penelitian penulis mengenaik program pembelajaran daring selama masa pandemi Covid 19.	Penelitian ini sama-sama mengkaji tentang aktivitas Kampanye PR suatu program.

				<p>ada beberapa masalah dalam definisi masalah.</p> <p>Perbedaan penelitian terletak pada: penelitian bersifat libilary riset, penelitian tidak mengarah secara langsung kepada Pendidikan, lokasi penelitian berbeda.</p> <p>Persamaan penelitian pada: penelitian sama-sama membahas strategi public relations (Kampanye Publik), lalu penelitian mengarah pada Pendidikan, metode penelitian menggunakan kualitataif.</p>		
3.	<p>Grace Goretty Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama). (2015) Skripsi</p>	<p>Strategi Public Relations Dalam Mempublikasikan Museum Perjuangan Bogor</p>	<p>Kualitatif</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan Humas museum melakukan Strategi Public Relations. Pertama, Humas mendefinisikan problem dimana Humas menjadi pendengar yang baik, menganalisis situasi dengan melihat museum lain secara global, analisis publik yang mempengaruhi dan dipengaruhi dan analisis dari berbagai fase pada model Nine</p>	<p>Penelitian ini mencarti tahu bagaimana strategi humas untuk menyebar luaskan suatu informasi dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Sementara penelitian penulis tentang kampanye PR untuk mensosialisasi informasi</p>	<p>Penelitian ini sama sama menggunakan metode kampanye PR di dalamnya.</p>

				<p>Step Of Strategic Public Relations museum dengan museum lain sehingga diketahui masalah museum adalah terlihat monoton dan fasilitas kurang modern.</p> <p>Kedua, Humas melakukan perencanaan dan pemrograman dari mendefinisikan peran sampai implementasi, strategi yang digunakan adalah strategi tanggungjawab sosial humas dan strategi operasional walaupun belum maksimal.</p> <p>Ketiga, Humas bertindak</p>	<p>tentang system pembelajaran daring selama masa pandemic Covid 19.</p>	
--	--	--	--	---	--	--

1.5.2 Deskripsi Hasil Penelitian

Penelitian Satu yaitu penelitian dengan judul skripsi “strategi humas dinas pendidikan provinsi jawa barat pada penyebarluasan berita pada setiap bagian melalui penyebaran kliping” dari Candra Dani Murdani tahun 2018 uin sunan gunung djati merupakan penelitian yang menggunakan metode kualitatif memakai pendekatan objektif. Hasil penelitian berasal dari aktivitas pengumpulan fakta kliping kegiatan rutin mereka dimana problem berasal dari personel humas dan respon yang kurang.

Program perencanaan sudah terkoneksi dengan publik baik yang merupakan program jangka panjang ataupun jangka pendek. Aksi dan komunikasi berjalan baik sesuai dengan ciri-ciri kliping isu. Perbedaan penelitian ini terletak pada bagaimana memahami seni manajemen humas dalam penyebarluasan informasi melalui media tertentu dan tidak ada kaitannya menggunakan kampanye. Sementara penelitian penulis berkaitan dengan kampanye PR suatu program kepada rakyat di situasi Pandemi Covid 19 Persamaanya terletak pada lokasi penelitian yaitu Dinas Pendidikan Jawa Barat

Penelitian dua merupakan penelitian dari jurnal yang berjudul “kegiatan Kampanye Public Relations pada Mensosialisasikan Internet Sehat dan safety” dipublikasikan tahun 2018 oleh Rissa khairunisa, UIN Bandung. Jurnal ini menggunakan metode kualitatif serta pendekatan konstruktivisme dimana inti dari jurnal ini adalah berdasarkan pada pengumpulan berita kliping aktivitas mereka. Dukung perkara masih ada problem jumlah personel humas serta respon yang kurang. Perencanaan sudah baik dan berkorelasi dengan masyarakat yang bersifat jangka pendek dan jangka panjang. Aksi dan komunikasi berjalan menggunakan baik berkaitan dengan ciri-ciri kliping berita.

Penilaian yang dilakukan dalam sebuah lembaga dimulai sejak lama. strategi humas dalam penyebaran kliping sudah berjalan relatif baik meskipun masih terdapat beberapa dilema dalam pemecahan masalah. perbedaan penelitian terlihat dari penelitian bersifat libilary riset dan tidak mengarah secara langsung kepada Pendidikan dan lokasi penelitian berbeda. Persamaan penelitian terletak pada penelitian sama- sama membahas taktik public relations

(Kampanye Publik), kemudian merujuk pada Pendidikan dan penggunaan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini hampir tidak mempunyai disparitas penelitian penulis, perbedaannya hanya terletak di kampanye yang dilakukan namun pada program yang berbeda dimana penelitian penulis mengenai pembelajaran daring selama masa pandemi Covid 19.

Penelitian tiga merupakan penelitian Skripsi berjudul “strategi Public Relations pada Mempublikasikan Museum perjuangan Bogor”, disusun tahun 2015 oleh Grace Gottery Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Mustopo. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif serta pendekatan konstruktivisme. Adapun konklusi penelitian ini merupakan hasil penelitian pada museum dilihat dari strategi Public Relations

Pertama, jobdesk humas sebagai pendengar yang baik harus dapat menganalisis situasi museum secara global, analisis ini dapat mensugesti publik dengan model Nine Step Of Strategic Public Relations museum sehingga diketahui masalah museum ini yaitu monoton dan fasilitas kurang terkini.

kedua, dari pendefinisian kiprah sampai implementasi serta strategi yang digunakan, humas harus dapat melakukan perencanaan operasional meskipun belum mencapai batas maksimal.

Ketiga, disparitas dari penelitian ini dilihat dari seni manajemen humas yang menyebarluaskan untuk mendapatkan laba. sementara penelitian penulis terletak pada kampanye PR dalam mensosialisasikan informasi ihwal system pembelajaran daring selama masa pandemic Covid 19 .

1.6 Landasan Teoritis

Landasan Teori yang digunakan penulis menggunakan model kampanye Leon Ostergaard. Budhirianto yang menyebutkan bahwa terdapat 7 komponen pokok didalam jurnalnya yang berjudul “perilaku rakyat Terhadap Kampanye Televisi Digital pada Media Televisi”. 7 komponen itu meliputi permasalahan (problem), kampanye (campaign), pengetahuan (knowledge), keterampilan (skills), sikap (attitudes), sikap (behaviour) dan berkurangnya persoalan (reduced problems).

Venus (2018: 29) dalam buku Ostegaard yang berjudul Campaign Management mendeskripsikan bahwa mengenali permasalahan merupakan tahap awal dari kampanye. Konsep bimbingan wajib senantiasa diawali menggunakan pertarungan nyata yang terprogram kemudian sesudah itu mencari sebab dampak (causality) fakta di lapangan. Langkah kedua adalah pengurusan aktivitas dimulai dari konsep, pelaksanaan sampai evaluasi akhir. pada langkah ini diperlukan studi mengenali karakter khalayak target dalam merumuskan data, partisipan kegiatan, saluran aktivitas, dan teknis penerapan aktivitas yg sinkron. Tahapan pengurusan ini, semua isi konsep aktivitas (activity konten) bermaksud untuk memperlengkapi serta pengaruhi wawasan, tindakan dan keahlian khalayak target dan langkah terakhirnya adalah mereduksi permasalahan.

1.7 Kerangka Konseptual

1.7.1 Pengertian Public Relations

Public Relation didefinisikan sebagai kegiatan atau metode komunikasi yang memiliki tujuan dalam mewujudkan hubungan yang harmonis antara suatu instansi dengan publiknya menggunakan komunikasi dua arah dalam pelaksanaan fungsi management baik internal maupun eksternal.

Frank Jefkins (2003:9) mendefinisikan bahwa PR merupakan bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.

1.7.2 Kampanye Public Relations

Dalam buku “Kampanye Public Relations” , Ruslan Rosady (2013:66) mengatakan bahwa kampanye Public Relations adalah kegiatan untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan kepada publik sebagai sasaran utama dari instansi atau perusahaan untuk meraih atensi publik demi terciptanya kepercayaan dari publik kepada instansi dengan cara penyampain informasi melalui pesan terstruktur dalam waktu terjadwal sehingga akan terbangun citra baik intansi terkait di pandangan publik

Newsom, Scott, dan Turk mengatakan bahwa kampanye merupakan strategi dalam menyampaikan berita, media penyelesaian masalah, dan berguna dalam menciptakan perubahan atau perbaikan (Lesley, 1993, hal. 474).

Selain itu, kampanye juga bertujuan untuk memperkenalkan, mempengaruhi, meningkatkan kesadaran bahkan mencari dukungan dari publik.

Tujuan strategi komunikasi menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson dan M. Dallas Burnett yaitu :

1. To secure understanding yaitu memastikan bahwa komunikasi yang terjadi antara dua belah pihak memiliki pemahaman yang sama.
2. To establish acceptance yaitu suatu komunikasi dapat diterima dengan baik.
3. To motive action yaitu menggiatkan publik untuk melakukan tindakan yang diharapkan pemberi informasi.
4. The goals which the communicator sought to achieve yaitu menentukan bagaimana komunikator dapat mencapai tujuan dari proses komunikasi yang dilaksanakan.

1.7.3 Pengertian Belajar Mengajar

Slameto (2010:2) mengatakan bahwa belajar merupakan suatu proses yang dilakukan seseorang dalam rangka mendapatkan perubahan perilaku menyeluruh dari hasil interaksi pribadi dengan lingkungan. Dapat disimpulkan bahwa belajar merupakan suatu proses pemindahan informasi yang mengandung unsur ilmu pengetahuan dari satu pihak ke pihak lain

1.7.4 Pengertian Pembelajaran Online Atau *E-learning*

Pengertian dasar mengenai belajar mengajar online secara umum adalah sebagai berikut :

1. Pengertian *E-learning*

E-learning terdiri dari 2 bagian yaitu “e” kependekan dari “*electronica*” serta “*learning*” yang maksudnya “berlatih”. Jadi *e-learning* berarti pembelajaran dengan memanfaatkan media elektronik sebagai fitur layanan pembantu. Dalam implementasinya, *e-learning* dapat menggunakan media audio, video, fitur pc ataupun gabungan dari ketiganya. Jadi, *e-learning* merujuk pada sistem pembelajaran yang pelaksanaannya menggunakan alat bantu teknis semacam telepon, audio, video tape, transmisi satelit ataupun pc (Tafiardi, 2005).

2. *Electronic based E-learning*

Penggunaan elektronik dalam pembelajaran merupakan wujud dari pemanfaatan fasilitas di era modern yang semakin berkembang ini. Penggunaan elektronik dalam pembelajara ini bukan hanya internet saja, tetapi mencakup fitur elekttronik lainnya seperti video, film, projector, kaset, OHP, LCD, dan perangkat lainnya.

1.8 Langkah-langkah Penelitian

Langkah penelitian yang ditempuh peneliti adalah sebagai berikut :

1.8.1 Lokasi Penelitian

Kantor Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat yang beralamat di Jl. Dr. Rajiman No.6, Pasir Kaliki, Kec. Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat 40171. Telepon +62 22 4264318 menjadi lokasi penelitian yang dipilih peneliti karena data yang diperlukan akan mudah diperoleh.

1.8.2 Paradigma dan Pendekatan

a. Paradigma Konstruktivisme

Paradigma konstruktivisme adalah paradigma yang digunakan peneliti dalam penelitian ini dimana paradigma yang dipilih merupakan paradigma pandangan seseorang terhadap realitas sosial yang hasil pandangnya akan berbeda dengan pandangan orang lain. Paradigma konstruktivisme merupakan hasil konstruksi pemikiran suatu subjek yang dijadikan bahan penelitian bukan sekedar hasil dari pengamatan semata.

Kebenaran suatu realitas sosial sebagai hasil konstruksi sosial, dan kebenaran suatu realitas sosial bersifat relatif adalah pandangan yang dikemukakan oleh paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme ini berada dalam perspektif interpretivisme (penafsiran) dimana didalamnya terbagi menjadi tiga jenis, yaitu interaksi simbolik, fenomenologis dan hermeneutik sehingga paradigma ini disebut sebagai kritik terhadap paradigma positivis. (Eriyanto, 2012: 13).

b. Pendekatan Kualitatif

Pendekatan kualitatif digunakan karena penelitian yang dilakukan merupakan penelitian dengan menggambarkan situasi kondisi kelompok tertentu. Untuk mengetahui realitas sosial yang didapatkan dari hasil penelitian.

1.8.3 Metode Penelitian

Metode kualitatif deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan dan menjelaskan lebih mendalam tentang peristiwa-peristiwa sosial yang terjadi sampai dengan diamati secara menyeluruh kemudian data yang didapatkan oleh peneliti dikumpulkan melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara mendalam dan bertujuan untuk mendeskripsikan hasil penelitian suatu realitas menggunakan kalimat dan tidak berupa angka.

1.8.4 Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Data yang ditulis dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Data primer ialah data yang diperoleh secara langsung dari sumber terpercaya dan tervalidasi keasliannya. Untuk memperoleh data primer, peneliti turun secara langsung kelapangan sehingga informasi utama di dapatkan dari narasumber rujukan pertama yaitu informan 1 sebagai informan kunci.

2. Data Sekunder

Data sekunder ialah data tambahan yang mendukung data primer. Peneliti mendapatkan data sekunder ini dengan cara langsung dan tidak langsung. Data yang diperoleh peneliti berasal dari media massa dan masyarakat yang sesuai dengan asumsi

penelitian sehingga data sekunder ini dijadikan rujukan tambahan sebagai informan dua.

b. Sumber Data

Berdasarkan kebutuhan penelitian, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Informan Utama/Kunci :
 - a. PPID Utama Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat.
 - b. Kepala Bidang Humas Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat
2. Informan Tambahan
3. Staff atau Karyawan yang terlibat dalam pelaksanaan Kampanye yang dilaksanakan Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat.

1.8.5 Penentuan Informan

Teknik penentuan informan dilakukan berdasarkan pertimbangan dimana penulis menentukan informan yang menguasai, mengetahui, dan terlibat dalam pelaksanaan kampanye yang dilakukan oleh Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat. karena Informan dalam penelitian ini menjadi sumber data dalam penelitian yang dilakukan penulis. Adapun narasumber yang ditentukan penulis adalah sebagai berikut :

- a. Informan Kunci Untuk Data Primer: PPID Utama Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat Dan Kepala Bidang Humas Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat.
- b. Informan Tambahan Untuk Data Sekunder: Staff atau Karyawan yang

terlibat dalam pelaksanaan Kampanye yang dilaksanakan Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat.

1.8.6 Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi dilaksanakan untuk mendapatkan data penelitian dari sumber informan dengan cara terjun langsung ke lokasi penelitian guna mendapatkan data yang sesuai dengan penelitian.

2. Dokumentasi

(Sugiyono 2015: 329) mengatakan bahwa dokumentasi merupakan cara yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data dan informasi secara fisik baik dalam bentuk buku, arsip, tulisan dan gambar termasuk laporan serta keterangan sebagai data pendukung pada penelitian.

3. Wawancara Mendalam

(Ardianto 2010:178) mengatakan bahwa wawancara merupakan teknik dalam pengumpulan data yang dilakukan dengan tatap muka secara langsung dimana peneliti memberikan pertanyaan kepada informan terkait penelitian yang dilaksanakan.

1.8.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data Miles dan Huberman digunakan dalam penelitian ini karena di dalamnya mencakup 3 cara aktivitas analisa data yaitu reduksi data, penyajian informasi, serta pencabutan kesimpulan Miles, Huberman

dalam Sugiyono (2013: 246).

1. Reduksi data

Reduksi data dilakukan untuk memproses data yang pilih, menyederhanakan data, mengabstraksi dan mentransformasikan data kasar yang ada dilapangan. Reduksi data dilakukan secara continue guna mendapatkan data dari public relations Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat yang bersumber dari hasil observasi dan wawancara terkait kegiatan kampanye yang dilakukan Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat.

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan tahapan mengakulasi data untuk menarik kesimpulan sehingga dapat menentukan tindakan yang akna dilaksnakaan selanjutnya. Data yang diperoleh dari Dinas Pendidikan Jawa Barat dusajikan dalam bentuk gambar dan naratif sehingga penguraian data yang di analisis dapat dituangkan dalam bentuk tulisan.

3. Upaya Penarikan Kesimpulan

Upaya penarikan kesimpulan merupakan penggambaran secara menyeluruh suatu objek yang diteliti dimana proses penarikan kesimpulan didasarkan pada data yang telah dikumpulkan. Di mulai dari pengumpulan data sampai mengambil suatu kesimpulan, maka proses interpretasi data tersebut menghasilkan kesimpulan dari penelitian yang dilaksanakan