

## ABSTRAK

**Muhammad Husin Prayogi:** Kampanye *Public Relations* Program “Bandung Tanginas” Untuk Menekan Angka *Stunting* di Kota Bandung (Studi di Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung).

Kampanye *Public Relations* merupakan suatu kegiatan komunikasi yang terencana dalam kurun waktu tertentu, yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan mempengaruhi khalayak sasaran, serta untuk menciptakan kepercayaan dan kesan baik khalayak terhadap lembaga, perusahaan atau organisasi yang menyelenggarakan kegiatan tersebut.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung dalam melakukan tahapan prakampanye, tahapan perencanaan, tahapan pelaksanaan, dan tahapan pasca kampanye untuk menekan angka *stunting* di Kota Bandung.

Model yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada kampanye Ostegaard menggunakan pendekatan interpfretif, yang menguraikan bahwa model kampanye Ostegaard ini dibagi menjadi tiga tahapan dalam menyusun kegiatan kampanye, prakampanye, pengelolaan kampanye, dan evaluasi kegiatan kampanye.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dimana dalam penelitian ini menjabarkan tahapan kegiatan kampanye yang dilakukan oleh Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung dalam bentuk deskripsi. Data yang diperoleh dalam peneliitian ini melalui wawancara mandalam, observasi partisipasi pasif dan analisis dokumen.

Hasil dari penelitian ini menggambarkan bahwa starategi kampanye *public relations* yang digunakan oleh Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung dalam upaya menekan angka *stunting* di Kota Bandung adalah dengan cara, 1) identifikasi masalah, 2) bekerjasama dengan berbagai sektor, 3) menentukan tujuan pelaksana kampanye, 4) menentukan khalayak sasaran dan pesan kampanye, 5) menyusun pendekatan dan saluran kampanye, 6) mengemas pesan kampanye, 7) kampanye secara langsung, 8) kampanye melalui media, monitoring dan evaluasi, 9) monitoring dan evaluasi, 10) melihat respon kampanye langsung, 11) melihat respon kampanye melalui media.

**Kata Kunci:** Kampanye *Public Relations*; *Stunting*; Dinas Kesehatan Kota Bandung.

## **ABSTRACT**

**Muhammad Husin Prayogi:** *Public Relations Campaign "Bandung Tanginas" Program To Reduce Stunting Rates in the City of Bandung (Study at the Public Relations of the Bandung City Health Office).*

*Public Relations Campaign is a planned communication activity within a certain period of time, which aims to provide knowledge and influence the target audience, as well as to create trust and a good impression of the public towards the institution, company or organization that organizes the activity.*

*The purpose of this study was to determine the Public Relations of the Bandung City Health Office in carrying out the pre-campaign stages, planning stages, implementation stages, and post-campaign stages to reduce stunting rates in the city of Bandung.*

*The model used in this study refers to the Ostegaard campaign using an interpretive approach, which describes that the Ostegaard campaign model is divided into three stages in preparing campaign activities, pre-campaign, campaign management, and evaluation of campaign activities.*

*The method used in this study is a qualitative method which in this study describes the stages of campaign activities carried out by the Public Relations of the Bandung City Health Office in the form of a description. The data obtained in this research are through in-depth interviews, passive participation observations and document analysis.*

*The results of this study illustrate that the public relations campaign strategy used by the Public Relations of the Bandung City Health Office in an effort to reduce stunting rates in the city of Bandung is by 1) identifying problems, 2) collaborating with various sectors, 3) determining the objectives of the campaign implementers, 4) determining target audiences and campaign messages, 5) formulating campaign approaches and channels, 6) packaging campaign messages, 7) direct campaigns, 8) campaigns through the media, 9) monitoring and evaluation, 10) viewing direct campaign responses, 11) viewing campaign responses through the media.*

**Keyword:** *Public Relations Campaign; Stunting; Bandung City Health Office.*