

**STRATEGI KAMPANYE *PUBLIC RELATIONS*
PEMERINTAH KOTA SINGKAWANG DALAM
MENINGKATKAN *AWARENESS*
MASYARAKAT AKAN COVID-19 DAN
PENCEGAHAN PENYEBARANNYA**

SKRIPSI



Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I. Kom.)

Rizqy Aldi Perdana

00000025593

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2021**

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka

Jika dikemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 4 Juni 2021



(Rizqy Aldi Perdana)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“Strategi Kampanye *Public Relations* Pemerintah Kota Singkawang dalam Meningkatkan *Awareness* Masyarakat akan COVID-19 dan Pencegahan Penyebarannya”

Oleh:

Rizqy Aldi Perdana

Telah diujikan pada hari Senin, tanggal 14 Juni 2021 pukul 09.15 s.d. 10.30 dan dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang



Digitally signed
by Intan
Primadini
Date: 2021.06.23
08:42:58 +07'00'

Intan Primadini, S.Sos., M.Si

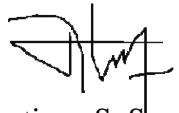
Penguji Ahli



Digitally signed by
Agustinus Rusdianto
Berto Date: 2021-06-
19 21:10:45

Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si

Dosen Pembimbing



Agus Kustiwa, S. Sos., M.Si.

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.

HALAMAN PERSEMBAHAN

“Prouver que j'ai raison
serait accorder que je puis avoir tort.”

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, berkat hidayah dan ridho-Nya, penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan baik. Proposal skripsi ini merupakan tugas akhir penulis untuk memenuhi sebagian persyaratan guna mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Penulis menyadari dalam penyelesaian skripsi ini banyak pihak yang telah membantu, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih yang setinggi-tingginya dan tak terhingga kepada yang terhormat:

1. Bapak Agus Kustiwa, S. Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, inspirasi, semangat, dan motivasi luar biasa sehingga saya bisa memulai, merancang, hingga menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orangtua, Sabar Prihantoro, S.H., dan Uray Telly Yanti Sri Rejeki, Amg. berkat segala doa dan usaha mereka dalam membesarkan dan mendidik saya hingga bisa pada tahap ini.
3. Adik saya, Faris Akmal Hafizh yang mendorong saya untuk menyelesaikan kuliah dengan tepat waktu.
4. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Singkawang.
5. Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Singkawang.
6. Seluruh informan yang membantu penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Inco Hary Perdana. S.I. Kom., M.Si. selaku Kaprodi dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.

8. PSNI (Virahayu Arzakia “Yucifer”, Ryan Jonathan “Ko Afuk”, Bakti Pratama, Adella P. Arifiyani)
9. Nabila Meidiana Syarif, Rana Zakia Meidina, Vivia Alvita, dan Michelle Dameria Gultom, teman yang selalu memotivasi untuk bergosip sembari menyelesaikan skripsi ini.
10. Anastasia Ferika, Saririn Puja, Julia Lestari, yang selalu mencari melalui telepon selama saya di Kalimantan Barat meskipun tidak pernah saya angkat.
11. John Mayer, Nick Johnston, Yerin Baek, dan Joan yang karyanya menambah semangat saya dalam menyelesaikan skripsi.
12. COVID-19, yang memberikan banyak hikmah, cobaan, sekaligus objek yang saya teliti dalam skripsi ini.
13. Seluruh pihak yang mendukung pembuatan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

STRATEGI KAMPANYE *PUBLIC RELATIONS* PEMERINTAH KOTA
SINGKAWANG DALAM MENINGKATKAN *AWARENESS* MASYARAKAT
AKAN COVID-19 DAN PENCEGAHAN PENYEBARANNYA

ABSTRAK

Oleh: Rizqy Aldi Perdana

COVID-19 merupakan fenomena baru yang mewabah secara global. Berbagai sektor dan masyarakat terdampak secara langsung. Pemerintah Indonesia berupaya mencegah penyebaran COVID-19 dengan membentuk Satuan Tugas (Satgas) COVID-19 yang terdiri dari berbagai instrumen pemerintahan melakukan kampanye *public relations* pencegahan penyebaran COVID-19. Kampanye *public relations* adalah aktivitas proses komunikasi dalam jangka waktu tertentu yang bertujuan mempersuasi publik melalui pesan. Kota Singkawang sebagai kota Pariwisata di Kalimantan Barat turut menjadi imbas dari COVID-19. Melalui Satgas COVID-19 Kota Singkawang dengan instrumen Dinas Komunikasi dan Informatika, Pemerintah Kota Singkawang melaksanakan kampanye *public relations* dalam meningkatkan *awareness* masyarakat akan COVID-19 dan pencegahan penyebarannya. Melalui 10 tahapan kampanye Anne Gregory dan menggunakan metode studi kasus, penelitian kualitatif deskriptif ini membahas bagaimana strategi dan taktik yang digunakan Pemerintah Kota Singkawang untuk kampanye COVID-19. Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam kepada seluruh informan sebagai teknik pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan pola antara teori 10 tahap kampanye Anne Gregory dilihat dari segi analisis, tujuan, publik, pesan, strategi, taktik, skala waktu, sumber daya, evaluasi, dan *review* dengan pelaksanaan kampanye *public relations* Pemerintah Kota Singkawang dalam meningkatkan *awareness* masyarakat akan COVID-19 dan pencegahan penyebarannya. Perbedaannya, skala waktu dalam kampanye ini dilakukan bertahap sesuai dengan kebijakan pemerintah hingga batas waktu yang tidak ditentukan.

Kata Kunci: *Awareness, COVID-19, Pemerintah Kota Singkawang, Public Relations, Strategi Kampanye*

*STRATEGY PUBLIC RELATIONS CAMPAIGN OF SINGKAWANG
GOVERNMENT IN ORDER TO INCREASE AWARENESS FOR COVID-19*

SPREAD PREVENTION

ABSTRACT

By: Rizqy Aldi Perdana

COVID-19 is a new global pandemic. The impact is felt in various sectors and society directly. The Indonesian government is trying to prevent the spread of COVID-19 by forming a COVID-19 “Task Unit” (Satgas) team consisting of various government instruments to start a public relations campaign. The public relations campaign is a communication process activity that aims to persuade the public through messages within a certain period of time. Singkawang City as a tourism city in West Kalimantan has also been affected by COVID-19. Singkawang's Communication and Informatics Department carried out a public relations campaign to increase public awareness of COVID-19 and prevent its spread. Through 10 stages of Anne Gregory's campaign and using the case study method, this descriptive qualitative research discussed the strategies and tactics used by the Singkawang City government for the COVID-19 campaign. This study uses in-depth interviews with all informants as a data collection technique. The results showed that there was a pattern between Anne Gregory's 10-stage campaign theory in terms of analysis, goals, public, messages, strategies, tactics, time scale, resources, evaluation, and review with the implementation of the Singkawang City Government's public relations campaign in increasing public awareness of COVID-19 and preventing its spread. The difference is that the time scale in this campaign is carried out in stages according to government policies until an indefinite time limit.

Keywords: Awareness, Campaign strategy, COVID-19, Public Relations, Singkawang Government

DAFTAR ISI

	Hlm.
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	9
1.6 Keterbatasan Penelitian	10
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.1.1 Deskripsi Penelitian Terdahulu	14
2.2 Konsep dan Teori.....	17
2.2.1 Kampanye <i>Public Relations</i>	17
2.2.5 <i>Awareness</i>	27
2.3 Alur Penelitian	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Paradigma Penelitian	31
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian	33
3.3 Metode Penelitian.....	34
3.4 Informan Kunci dan Informan	35
3.4.1 Informan Kunci	37

3.4.2 Informan.....	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5.1 Data Primer	38
3.5.2 Data Sekunder	39
3.6 Teknik Keabsahan Data	39
3.7 Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Subjek/Objek Penelitian	44
4.1.1 Subjek Penelitian	44
4.1.2 Objek Penelitian	50
4.1.3 Kampanye Pencegahan COVID-19 di Kota Singkawang	53
4.2 Hasil Penelitian	61
4.2.1. Pandemi COVID-19	61
4.2.2 Aktivitas Kampanye <i>Public Relations</i> Dinas Kominfo Kota Singkawang	63
4.2.3 <i>Awareness</i> Masyarakat terhadap Kampanye <i>Public Relations</i> Pencegahan Penyebaran COVID-19 di Kota Singkawang	91
4.2.4 Kampanye <i>Public Relations</i> Pencegahan Penyebaran COVID-19 terhadap Pariwisata Kota Singkawang.....	94
4.3 Pembahasan	96
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	108
5.1 Simpulan	108
5.2 Saran	111
5.2.1 Saran Akademis	111
5.2.2 Saran Praktis.....	112
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN.....	116

DAFTAR TABEL

	Hlm.
Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	12
Tabel 4. 1 Kecamatan dan Kelurahan Kota Singkawang.....	45
Tabel 4. 2 Susunan Keanggotaan Satgas COVID-19 Kota Singkawang	46
Tabel 4. 3 Kegiatan Komunikasi Pemerintah dalam menangani Pandemi COVID-19.....	55
Tabel 4. 4 Sasaran Khalayak Komunikasi Pemerintah dalam menangani COVID-19.....	58
Tabel 4. 5 Pendekatan Komunikasi Pemerintah dalam penanganan COVID-19..	58

DAFTAR GAMBAR

	Hlm.
Gambar 1. 1 Perkembangan Kasus Terkonfirmasi Positif COVID-19 per-Hari Mei-Januari 2021	3
Gambar 1. 2 Perkembangan Kasus Meninggal per Hari Mei-Januari 2021.....	4
Gambar 1. 3 Konten Media Sosial Infografis Kampanye COVID-19 Pemerintah Kota Singkawang per Maret 2021.....	7
Gambar 2. 1 Struktur model 10 tahapan kampanye Public Relations Anne Gregory	20
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 4. 1 Struktur Pemerintah Kota Singkawang	45
Gambar 4. 2 Arah Komunikasi dalam Hierarki Pemerintahan	60
Gambar 4. 3 Portal <i>Media Center</i> Pemerintah Kota Singkawang.....	64
Gambar 4. 4 Laman Facebook Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Singkawang	65
Gambar 4. 5 Konten Instagram Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Singkawang	65
Gambar 4. 6 Sebaran Terkonfirmasi COVID-19 per Kelurahan Kota Singkawang	78
Gambar 4. 7 <i>Mapping</i> Aktivitas Media Massa Satgas COVID-19 Kota Singkawang periode 27 Agustus 2020 – 12 Juni 2021	79
Gambar 4. 8 <i>Mapping</i> Aktivitas Owned Media Satgas COVID-19 Kota Singkawang periode 27 Agustus 2020 – 12 Juni 2021	79
Gambar 4. 9 Aktivitas Publikasi Satgas COVID-19 Kota Singkawang periode 27 Agustus 2020 – 12 Juni 2021	82
Gambar 4. 10 <i>Mapping</i> Aktivitas Media Sosial Satgas COVID-19 Kota Singkawang periode 27 Agustus 2020 – 12 Juni 2021	83
Gambar 4. 11 Evaluasi Publikasi Kampanye COVID-19 Pemerintah Kota Singkawang	89