

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Alpian Maskur Pilah

Npm : 3112161042

Jenis kelamin : Laki- Laki

Fakultas : FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul “STRATEGI KAMPANYE PUBLIC RELATIONS KPID JAWA BARAT DALAM MEMBENTUK MASYARAKAT YANG CERDAS DAN KRITIS TERHADAP MEDIA (Studi Deskriptif Kualitatif Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Jawa Barat) adalah karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan kecuali pengutipan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku. Saya menanggung resiko atau sanksi dijatuhkan kepada saya apabila ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan skripsi.

Bandung, September 2020
Yang membuat pernyataan

Alpian Maskur Pilah
3112161042

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti sampaikan khadirat Allah SWT atas berkah dan rahmatnya, serta karunia-nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Strategi Kampanye *Public Relations* KPID Jawa Barat Dalam Membentuk Masyarakat Yang Cerdas Dan Kritis Terhadap Media”. Skripsi ini disusun sebagai karya ilmiah yang merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa ilmu komunikasi dalam memperoleh gelar sarjana pada program strata-1 di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

Penulis juga menyampaikan rasa terimakasih kepada Universitas Sangga Buana YPKP Bandung, khususnya program studi ilmu komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik atas kesempatan dan didikan yang diberikan selama ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang turut terlibat dalam penyusunan skripsi ini.

1. Yth Kedua orang tua, Bapak Hoeruman Dan Ibu Lilis Herawati yang telah senantiasa selalu memberikan dukungan dan motivasi dalam mengerjakan skripsi serta do’a yang tulus dan ikhlas sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.
2. Yth Dr. Asep Effendi, SE., M.Si., CfrA., CRBC selaku Rektor Universitas sangga buana YPKP Bandung.
3. Yth Drs. Tatang Sudrajat, S. Ip, M.Si. selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas sangga buana YPKP Bandung.
4. Yth Ibu Witri Cahyati, S.Sos., M.Si. selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas sangga buana YPKP Bandung. Sekaligus menjadi dosen

pembimbing penulis yang dimana telah membimbing penulis selama proses pembuatan skripsi ini.

5. Yth Ibu Pupi Indriati Zaelani, S.Sos, M.Si selaku ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas sangga buana YPKP.
6. Yth Pa Edi Pramono selaku Korbid Kelembagaan Dan *Public relations* beserta jajarannya umumnya kepada keluarga besar KPID JABAR yang bersedia menerima penulis untuk melakukan penelitian di kantor KPID JABAR.
7. Repi M Nizar, Adit, Zen L Tanjung, kang Lee dan keluarga besar Ilmu komunikasi angkatan enam belas. Yang selalu berdiskusi dan memberikan motivasi
8. Buper Rosmalia Dewi yang selalu memberikan semangat, motivasi dan selalu menemani serta selalu memberikan dukungan moril maupun nonmoril.
9. Keluarga besar Fervor Founder Yang selalu memberikan hiburan, candaan dan pencerahan pada saat pengerjaan skripsi.
10. Keluarga besar Menwa Mahawarman Batalyon VI /Gab kompi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung. Yang telah mendidik dan memberikan banyak pengalaman.

Penyusunan skripsi ini masih banyak sekali kekurangan, maka dari itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan dengan harapan skripsi ini bisa bermanfaat bagi para pembaca dan dapat menambah ilmu pengetahuan untuk siapapun terutama bagi penulis.

Bandung, Agustus 2020

Penulis

ABSTRAK

Saat ini perkembangan teknologi informasi semakin pesat seiring dengan perkembangan jaman. Maka saat ini kita hidup di jaman yang serba modern khususnya teknologi dibidang informasi. Dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi seperti media massa, menyebabkan terjadinya perubahan secara cepat dimana-mana. Media massa sangat berperan dalam perkembangan dan perubahan pola tingkah laku dari suatu masyarakat, sehingga kedudukan media massa dalam masyarakat sangatlah penting. Akan sangat berbahaya apabila media massa menyajikan sebuah tayangan atau informasi yang tidak ada unsur edukasi yang jelas, yang hanya mementingkan kepentingan rating saja. Karena media massa dapat membawa manusia masuk ke suatu pola budaya yang baru dan menentukan pola pikir serta perilakunya. Tanpa disadari oleh masyarakat bahwa media massa telah ikut mengatur hidup serta menimbulkan suatu kebutuhan atau ketergantungan terhadap media massa.

Hal ini sangat mengkhawatirkan, karena lama kelamaan akan semakin banyak korban khususnya anak-anak dan remaja yang di akibatkan tayangan televisi dan radio. Tujuan dilaksanakan penelitian ini, adalah untuk mengetahui strategi kampanye *public relations* yang dilakukan oleh KPID Jawa Barat, untuk mengetahui aktivitas kampanye yang diterapkan *public relations* KPID Jawa barat, untuk mengetahui saluran komunikasi yang digunakan untuk menjalankan aktivitas kampanye *public relations* KPID Jawa Barat dan untuk mengetahui hasil yang didapatkan oleh *public relations* KPID Jawa Barat.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa KPID Jawa Barat dalam melaksanakan strategi kampanye *public relations* dalam membentuk masyarakat yang cerdas dan kritis terhadap media, dalam menjalankan kativitasnya menggunakan proses komunikasi dari Lasswell yang dimana *who ?* yakni yang bertindak sebagai komunikator ialah tim bid kelembagaan KPID Jawa Barat, *says what* isi pesan yang disampaikan yakni tentang literasi media, *in which channel* yang pertama menggunakan metode media massa, media sosial, metode tatap muka dan metode *opinion leader*, *To Whom?* yang menjadi sasaran kampanye adalah masyarakat, *With What Effect ?* menjadikan masyarakat yang cerdas dalam hal memilah dan memilih tayangan televisi yang baik dan bermanfaat. Saluran komunikasi yang digunakan menggunakan metode media massa, dengan mengadakan *talkshow*, iklan layanan masyarakat. media sosial dengan memasang poster, vidio pendek, metode tatap muka dengan seminar, *talkshow*, dan *worksof* dan metode *opinion leader* menggunakan ketua osis, hasil yang di dapatkan adalah masyarakat yang cerdas dan kritis terhadap media.

ABSTRAC

Currently the development of information technology is increasingly rapid along with the times. So now we live in a modern era, especially in information technology. With the development of information and communication technology such as the mass media, there are rapid changes everywhere. The mass media plays a very important role in the development and changes in the behavior patterns of a society, so that the position of the mass media in society is very important. It would be very dangerous if the mass media presented a message or information that did not have a clear educational element, which was only concerned with the interests of ratings. Because the mass media can bring people into a new cultural pattern and determine their mindset and behavior.

This is very worrying, because over time there will be more victims especially children and adolescents who are affected by television and radio broadcasts. The purpose of this research was carried out, is to determine the public relations campaign strategy carried out by KPID West Java, to determine the campaign activities applied by West Java KPID public relations, to determine the communication channels used to carry out West Java KPID public relations campaign activities and to find out the results. obtained by the West Java KPID public relations.

Research method using qualitative methods with descriptive research type, with data collection techniques through interviews, observation, and documentation.

The results showed that West Java KPID in implementing campaign strategies public relations in forming a society that is smart and critical of the media, in carrying out its activities using the communication process from Lasswell which is who? namely acting as a communicator is the West Java KPID institutional bid team, says what is the content of the message conveyed, namely about media literacy, in which the first channel uses the mass media method, social media, face to face method and opinion leader method, To Whom? the campaign targets are the public, With What Effect? making people smart in terms of sorting and choosing good and useful television shows. The communication channel used uses the mass media method, by holding talk shows, public service announcements. social media by posting posters, short videos, face-to-face methods with seminars, talk shows.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRAC.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Identifikasi Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penulisan	9
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Rangkuman Teori	12
2.1.1 pengertian Ilmu komunikasi	12
2.1.2 ProsesKomunikasi.....	13
2.1.3 Unsur Atau Komponen Komunikasi.....	14
2.1.4 FungsiKomunikasi	15
2.1.5 Tujuan Komunikasi.....	17
2.1.6 Pengertian <i>Public Relations</i>	17
2.1.7 Ruang Lingkup dan Tugas <i>Public Relations</i>	20
2.1.8 Strategi Kampanye <i>Publik Relations</i>	24
a. Pengertian Strategi	24
b. Pengertian Kampanye	25
c. Fungsi Kampanye.....	26
d. Jenis-Jenis Kampanye	27

e. Teknik Kampanye	27
f. Tahapan kampanye.....	29
g. Tujuan kampanye	30
h. Saluran kampanye	32
i. Pesan kampanye	33
j. Pelaku kampanye	35
k. Strategi kampanye <i>Public Relations</i>	37
2.2 Penelitian Terdahulu	38
2.3 Kerangka Pemikiran	42
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Pendekatan Penelitian.....	44
3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	47
3.3 Informan Kunci	47
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.4.1 Wawancara	49
3.4.2 Observasi	50
3.4.3 Dokumentasi	51
3.5 Teknis Analisis Data	51
3.6 Teknik Keabsahan Data	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Objek Penelitian	54
4.1.1 Latar Belakang KPID JABAR	54
4.1.2 Visi, Misi dan Motto KPID JABAR.....	56
4.1.3 Tugas Dan Kewajiban KPI/KPID JABAR.....	57
4.1.4 Wewenang KPI/KPID JABAR	57
4.1.5 Tugas Pokok Bidang Kelembagaan	58
4.1.6 Struktur Organisasi dan Logo KPID JABAR.....	59
4.1.7 Profil Informan Penelitian.....	60
4.2 Hasil Penelitian.....	62
4.2.1 Aktivitas Kampanye.....	66

4.2.2 Saluran Komunikasi.....	70
4.2.3 Hasil Yang Didapatkan	81
4.3 Pembahasan.....	83
4.3.1 Aktivitas Kampanye <i>Public Relations</i> KPID JABAR.....	84
4.3.2 Saluran Kampanye <i>Public Relations</i> KPID JABAR.....	89
4.3.3 Hasil Kampanye <i>Public Relations</i> KPID JABAR.....	96
BAB V PENUTUP.....	98
5.1 Simpulan	98
5.2 Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA.....	103
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rincian Waktu Penelitian.....	11
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Krangka Pemikiran.....	43
Gambar 4.1 Gambar Stuktur Organisasi KPID JABAR.....	59
Gambar 4.2 Logo KPID Jawa Barat.....	60
Gambar 4.3 Talkshow di PJTV.....	72
Gambar 4.4 Talkshow radio Thomson.....	72
Gambar 4.5 Poster Himbuan Tontonan TV dan Radio	74
Gambar 4.6 vidio pendek iklan layanan masyarakat.....	74
Gambar 4.7 Di sekolah SMAN 1 Banjaran.....	76
Gambar 4.8 Di Pondok Pesantren Baitul Hidayah Ci Menyan.....	77
Gambar 4.9 Di universitas langlangbuana	78
Gambar 4.10 Kunjungan UNIGA ke KPID Jawa Barat.....	78
Gambar 4. 11 Di Pangalengan Jawa Barat	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Hasil Wawancara

Lampiran 2 : Dokumentasi Wawancara

Lampiran 3 : Dokumentasi Kegiatan *Public Relations* Kpid Jawa Barat