

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Jurusan Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Public Relations
Kiki Hernawati (20140530024)
Strategi Kampanye Satlantas Polres Sleman Dalam Program Polisi Sahabat Anak
Tahun 2017
Tahun Skripsi: 2018 + 132 Hal + 2 Tabel + 2 Bagan + 4 Grafik + 7 Gambar
Daftar Kepustakaan: 7 buku + 1 Jurnal + 10 Internet

Penelitian ini meneliti strategi kampanye Satlantas Polres Sleman dalam program Polisi Sahabat Anak, seberapa jauh efektifitas pelaksanaan program, dan faktor apa saja yang mendorong serta menghambat keberhasilan program. Jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif dengan sumber data wawancara dan dokumentasi berupa foto-foto, surat, dan laporan pelaksanaan kegiatan promosi. Informan dalam penelitian ini terdiri dari dua informan dari Polres Sleman dan dua orang dari masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan strategi kampanye Polisi Sahabat Anak oleh Kepolisian Resor Sleman maka perencanaan dalam kampanye yaitu dengan melakukan analisis lingkungan agar kegiatan kampanye dapat diorganisir berdasarkan permasalahan yang ingin diselesaikan, tujuan kampanye dengan harapan dapat merubah perilaku masyarakat agar tertib berkendara. Media yang digunakan dalam kampanye ini yaitu pendekatan partisipasi dengan melibatkan para peserta dalam praktik sosialisasi serta surat kabar dan website sebagai media pendukung dalam menyebarkan pesan kampanye. Tahapan pelaksanaan dilakukan setiap minggu dengan mengunjungi sekolah-sekolah secara bergantian untuk menjangkau setiap *audiens* wilayah Kabupaten Sleman. Hal ini masih kurang efektif dilakukan mengingat untuk menanamkan suatu nilai dari norma tertentu membutuhkan waktu yang sangat lama sehingga seharusnya perlu pendekatan lainnya selain tatap langsung dalam mengkampanyekan Polisi Sahabat Anak. Evaluasi yang dilakukan oleh Kepolisian Resor Sleman sudah tepat yaitu dengan membuat laporan pertanggung jawaban setiap acara selesai dilaksanakan. Serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat selama pelaksanaan.

Kata Kunci: Strategi, Kampanye *Public Relations*, Polres Sleman

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Social and Political Sciences

Communication Studies Program

Public Relations Concentration

Kiki Hernawati (20140530024)

Campaign Strategy of The Sleman Satlantas Polres in Polisi Sahabat Anak

Program in Year 2017

Year of Study : 2018 + 132 Pages + 2 Table + 2 Bagan + 4 Grafik + 7 Gambar

References : 7 Books + 1 Jurnal + 10 Internet

This research examines campaign strategy of the Sleman Satlantas Police campaign in the Polisi Sahabat Anak program, how far the effectiveness of the program is implemented, and what factors encourage and hinder the success of the program. The type of research used is qualitative descriptive with interview data sources and documentation in the form of photographs, letters, and reports on the implementation of promotional activities. The informants in this study consisted of two informants from Sleman District Police and two people from the community. The results of the research show the campaign strategy of the Polisi Sahabat Anak, the planning in the campaign is by conducting an environmental analysis so that campaign activities can be organized based on the problems to be resolved, the campaign objectives in hopes of changing people's behavior in order to drive orderly. The media used in this campaign is the participation approach by involving the participants in the practice of socialization and newspapers and websites as supporting media in disseminating campaign messages. The stages of implementation are carried out every week by visiting schools in turn to reach every audience in Sleman Regency. This is still less effective because remembering to instill a value from a certain norm requires a very long time so that it should need another approach besides facing face-to-face in campaigning for the Police of the Friends of the Child. The evaluation carried out by the Sleman Police Department is correct, namely by making an accountability report for each event completed. As well as identifying supporting and inhibiting factors during implementation.

Keyword: Strategy, Public Relation Campaign, Polres Sleman