

Peran komunikasi organisasi dalam proses perencanaan kampanye informasi publik humas pemerintah pada konteks government public relations di Indonesia (studi kasus kampanye informasi publik revolusi mental di Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan = Role of organizational communication in a public information campaign planning process for Government Public Relations in Indonesia s context case study public information campaign for revolusi mental in ministry of education and culture / Dina Ayu Mirta

Dina Ayu Mirta, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20432466&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini mengangkat fenomena Kampanye Informasi publik di Indonesia. Pemerintahan Jokowi-JK mengusung Revolusi Mental sebagai gerakan perubahan pola pikir seluruh elemen bangsa. Seluruh lembaga pemerintah diinstruksikan mendukung gerakan ini dengan ruang Lingkup pelaksanaan disesuaikan dengan kontribusi lembaga pemerintah dalam sasaran Nawacita pemerintah. Dalam mengajak masyarakat, pemerintah melakukan Kampanye informasi publik Revolusi Mental dengan dukungan pengelolaan komunikasi publik/GPR. Kemendikbud salah satu lembaga pemerintah yang berkontribusi dibidang pembangunan kepribadian dalam kampanye informasi publik Revolusi Mental.

Peneliti membatasi studi penelitian pada kasus yang dilaksanakan di Humas Kemendikbud, khususnya dalam perencanaan proses tersebut, peneliti menggunakan Model Proses Pembuatan Strategi dari Hart, disempurnakan oleh Moss dan Warnaby.

Metode penelitian Kualitatif digunakan dengan pendekatan interpretif untuk menggali pengalaman Narasumber dan desain deskriptif menggambarkan secara detail tahapan dalam proses pembuatan strategi. Melalui wawancara dan observasi, diketahui bahwa peran anggota organisasi dalam proses pembuatan strategi dapat mengalami perubahan peran. Faktor perubahan struktur organisasi, belum adanya peraturan pendukung serta latar belakang Narasumber menjadi faktor belum optimalnya pelaksanaan model ini di Humas Pemerintah dalam melaksanakan kampanye informasi publik dalam konteks GPR di Indonesia.

.....The research based on the phenomenon of public information campaign in Indonesia. Jokowi-JK carries Revolusi Mental as a movement to change nation's mindset from all elements by instruct all government agencies to support this movement. The state agencies scope of implementation is targeted in government's vision in Nawacita. In public outreach, the government made public information campaign Revolusi Mental Revolution is supported by GPR. Kemendikbud one of the state agencies contributes Revolusi Mental public information campaigns to development personality.

Researcher narrowed the case study in Kemendikbud Public Relations, especially in planning the strategy process. Researcher use Model-Making Process Strategy of Hart, enhanced by Moss and Warnaby. Qualitative research methods used by the interpretive approach to explore the experience of informants and Descriptive describes in detail the stages in the process strategy making. Through interviews and observation, it is known that members of the organization's role in the strategymaking process can change roles. Organizational structure changing, lack of regulatory support and background informant are some of the factor that this model has not been implemented optimally by state agencies Public Relations in

implementing GPR context in public information campaign.