

**STRATEGI KAMPANYE *PUBLIC RELATIONS* DINAS KESEHATAN
KABUPATEN MANGGARAI TIMUR DALAM UPAYA
MENANGGULANGI MASALAH STUNTING**

Redempta Erinita Yolanda

NIM. 200710068

ABSTRAK

Kabupaten Manggarai Timur menjadi salah satu perhatian khusus karena tingginya angka stunting sehingga berada di status merah dengan tingkat kejadian mencapai 42,9% di bandingkan dengan kabupaten lainnya yang berada di Provinsi Nusa Tenggara Timur. Strategi Kampanye *public relations* (*PR Campaign*) memiliki tujuan meningkatkan kesadaran dan pengetahuan khalayak sasaran (target audience) untuk mendapatkan perhatian dan menumbuhkan pandangan positif terhadap isu stunting Di Kabupaten Manggarai Timur. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi dan pendekatan dalam pelaksanaan program Kampanye *Public relations* oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Manggarai Timur Dalam Upaya Menanggulangi Masalah Stunting, dengan menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Dalam penelitian ini, peneliti memilih menggunakan teori strategi kampanye public relation menurut Harwood Childs. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pelaksanaan kampanye ini Dinas Kesehatan menjalankan 4 strategi yaitu (1) *Strategy Of Publicity* yang didalamnya mencakup publikasi melalui media cetak dan media online, (2). *Strategy Of Persuasion* dengan kegiatan sosialisasi, penyuluhan, konseling, pembagian obat-obatan serta pemberian makanan tambahan, (3) *Strategy Of Argumentation* adalah dengan melakukan pendekatan secara emosional dengan keluarga stunting, (4) *Strategy Of Image* adalah dengan dengan memahami tugas pokok dan fungsi, melakukan pelatihan kepada seluruh staff dan tenaga kesehatan serta membangun hubungan baik dengan masyarakat hingga organisasi pemerintah lainnya.

Kata kunci: Kampanye, Public Relations, Strategy Of Publicity, Strategy Of Argumentation, Strategy Of Image.

**STRATEGI KAMPANYE *PUBLIC RELATIONS* DINAS KESEHATAN
KABUPATEN MANGGARAI TIMUR DALAM UPAYA
MENANGGULANGI MASALAH STUNTING**

Redempta Erinita Yolanda

NIM. 200710068

ABSTRAC

East Manggarai Regency is of particular concern because of the high rate of stunting, so it is in red status with an incidence rate of 42.9% compared to other districts in East Nusa Tenggara Province. The public relations campaign strategy (PR Campaign) aims to increase awareness and knowledge of the target audience to gain attention and foster a positive view of the stunting issue in East Manggarai Regency. This research aims to determine the strategy and approach in implementing the Public Relations Campaign program by the East Manggarai District Health Service in an effort to overcome the problem of stunting, using descriptive qualitative research. In this research, the researcher chose to use the theory of public relations campaign strategy according to Harwood Childs. The results of this research show that in implementing this campaign the Health Service implemented 4 strategies, namely (1) Strategy of Publicity which includes publications through print media and online media, (2). Strategy of Persuasion with socialization activities, counseling, counseling, distribution of medicines and providing additional food, (3) Strategy of Argumentation is to take an emotional approach to stunting families, (4) Strategy of Image is to understand the main tasks and functions, conduct training for all staff and health workers and build good relationships with the community and other government organizations.

Keywords: Campaign, Public Relations, Strategy Of Publicity, Strategy Of Argumentation, Strategy Of Image.