

**KAMPANYE HUMAS DINAS KOMUNIKASI INFORMATIKA DAN PERSANDIAN
KOTA YOGYAKARTA DALAM MEMBENTUK CITRA POSITIF PEMERINTAH
KOTA YOGYAKARTA (STUDI ANALISIS DESKRIPTIF KUALITATIF PADA
TAHUN 2018)**

Oleh

Moh Rizal Muges (15071104)

rizalmuges@gmail.com

ABSTRAK

Dalam membentuk citra positif institusi ataupun organisasi, Humas disini sangat dituntut untuk merepresentasikan informasi terkait dengan aktivitas atau kegiatan Institusi dengan baik dan benar kepada Media melalui proses kegiatan kehumasan seperti Kampanye Humas dengan cara-cara kehumasan atau juga menggunakan kemajuan teknologi, PR melaksanakan pelayanan kehumasan sehingga mampu menciptakan citra positif. Metode Penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data dengan menggunakan metode wawancara, observasi langsung, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan Kampanye *Public Relations* bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan khalayak sasaran untuk merebut perhatian serta menumbuhkan persepsi atau opini yang positif terhadap suatu kegiatan dari suatu lembaga. Jenis kampanye humas yang digunakan oleh Dinas Komunikasi Informatika dan Persandian Pemerintah Kota Yogyakarta adalah Produk kampanye atau *Product Campaign*. Dalam jenis kampanye ini, kegiatan dalam kampanye akan lebih berorientasi pada produk atau Program dari Pemerintah.

Kata Kunci : Kampanye PR, *Product Campaign*, *Public Relations*

**KAMPANYE HUMAS DINAS KOMUNIKASI INFORMATIKA DAN PERSANDIAN
KOTA YOGYAKARTA DALAM MEMBENTUK CITRA POSITIF PEMERINTAH
KOTA YOGYAKARTA (STUDI ANALISIS DESKRIPTIF KUALITATIF PADA
TAHUN 2018)**

Oleh

Moh Rizal Muges (15071104)

rizalmuges@gmail.com

ABSTRACT

In creating a positive image of organization, Public Relations would be able to represent the information about the activity of organization as well to the media through public relation activity such as doing PR campaign with all of those steps or using development of virtual technology. PR does the services in order to create positive image of the government. This research used a descriptive-qualitative which is collecting data with using interview method, observation, and documentation. This result shows that the Purpose of PR campaign is increasing the way of think and knowledge of society to get their attention albeit shining up the perception or positive opinion toward an activity from the institution. The kind of PR campaign which is used by Dinas Komunikasi Informatika dan Persandian Pemerintah Kota Yogyakarta is product Campaign. In this kind of campaign, all of the Public Relations activities are more oriented to product or program from the government.

Key Words : PR campaign, Product Campaign, Public Relations