

ABSTRAK

Efektivitas Kampanye Public Relations Pemerintah Kota Bekasi Tentang Program Adaptasi Tatanan Hidup Baru

Agystuqa Rajwa Harahap

2017210016 (IV + 5 bab + 110 hal + 16 Pustaka 2011 – 2017)

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui **“Efektivitas Kampanye Pemerintah Kota Bekasi tentang Program Adaptasi Tatanan Hidup Baru”** dalam merubah *Attention* (perhatian), *Interest* (minat/ketertarikan), *Desire* (keinginan), hingga pada taraf *Action* (tindakan) masyarakat Kota Bekasi terkait program Adaptasi Tatanan Hidup Baru Masyarakat Produktif Aman *Corona Virus Disease (Covid-19)*.

Sifat atau jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumus AIDA yakni *Attention* (perhatian), *Interest* (minat/ketertarikan), *Desire* (keinginan), hingga pada taraf *Action* (tindakan).

Penelitian ini menggunakan quisioner *google form* sebagai instrumen dalam pengambilan data dari responden. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 160 orang responden yakni masyarakat yang tinggal di wilayah Rt04 Rw22 Kota Bekasi dengan sampel berjumlah 62 orang responden yang diperoleh menggunakan rumus *Yamane*. Penarikan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* atau yang disebut sebagai teknik *judgment sampling* dan pengukuran data menggunakan skala *likert*.

Hasil penelitian menggambarkan bahwa kampanye program adaptasi tatanan hidup baru yang dilaksanakan oleh *Public Relations* Pemerintah Kota Bekasi sudah efektif karena telah mampu mencapai efek serta tujuan yang diharapkan untuk merubah *Attention* (perhatian), *Interest* (minat/ketertarikan), *Desire* (keinginan), hingga pada taraf *Action* (tindakan) masyarakat Kota Bekasi terkait program Adaptasi Tatanan Hidup Baru Masyarakat Produktif Aman *Corona Virus Disease (Covid-19)*.

Kata Kunci : Kampanye Public Relations, Program Adaptasi Tatanan Hidup Baru

ABSTRAC

The Effectiveness of the Public Relations Bekasi City Government Campaign to the New Life Order Adaptation Program

Agystuqa Rajwa Harahap

2017210016 (IV + 5 section + 110 pages + 16 references 2011 – 2017)

This is the research was conducted to understand "The Effectiveness of the Public Relations Bekasi City Government Campaign to the New Life Order Adaptation Program" in Changing Attention, Interests, Desires, to the extent of Action of the Bekasi City community Concerned New Life Adaptation Program for Productive Communities that are Safe from Coronavirus Disease.

The nature or sort of this research is descriptive research with a quantitative approach. While the idea utilized in this research is that the AIDA formula, namely Attention, Interest, Desire, to Level of Action.

This is the study uses a Google form questionnaire as an instrument in retrieving data from respondents. The population during this study was 160 respondents, namely people that accept Rt04 Rw22 Bekasi City as many as 62 respondents who were obtained using the Yamane formula. The sampling used is purposive sampling or what's referred to as judgment sampling technique and data measurement employing a Likert scale.

The results of the study illustrate that the campaign for the new life order adaptation program administered by the general public Relations of the Bekasi City Government has been effective because it's been ready to achieve the consequences and goals that are expected to vary Attention, Interest, Desire, to the extent of Action for the people of Bekasi City associated with Order Adaptation. New life for Productive Communities that are Safe from Coronavirus Disease.

Keywords : Public Relations Campaign, New Life Order Adaptation Program

