



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

Nama : Lutfi Hadi Roni
NIM : 44206110057
Judul : Analisis Strategi Kampanye Cuci Tangan Public Relations
Rumah Sakit Grha Kedoya Jakarta Barat Periode
2011 - 2012

xiv + 5 daftar gambar + 1 daftar tabel + 120 halaman + 10 lampiran; bibl: 50
Referensi (1992 – 2011).

ABSTRAKSI

Komunikasi sangat erat kaitannya dengan pengelolaan kegiatan *public relations*, yang sekaligus menjadi ujung tombak perusahaan dalam penyampaian sebanyak mungkin pesan atau informasi mengenai kegiatan yang dilakukan. Penentuan strategi komunikasi yang terkait dengan pelaksanaan kampanye *public relations* adalah menjadi hal yang penting.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah strategi kampanye cuci tangan Rumah Sakit Grha Kedoya Periode 2011-2012. Strategi kampanye yang digunakan terdiri dari 10 tahapan menurut Anne Gregory, yang terdiri dari analisis masalah, penyusunan tujuan, identifikasi dan segmentasi kampanye, menentukan pesan, strategi, taktik, alokasi waktu, sumber daya, evaluasi, dan tinjauan.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Narasumber dalam penelitian ini berjumlah empat orang yang terdiri dari tiga narasumber utama dan satu orang target sasaran. Penelitian ini menggunakan data primer berupa wawancara dan data sekunder yang berupa bahan-bahan tertulis, literatur penunjang yang sesuai dengan topik penelitian dan data-data resmi yang diperoleh dari Rumah Sakit Grha Kedoya Jakarta Barat. Analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye cuci tangan Rumah Sakit Grha Kedoya sudah dapat dikatakan efektif, karena sudah dilaksanakan sesuai dengan tahapan-tahapan dalam strategi yaitu analisis masalah, penyusunan tujuan, identifikasi dan segmentasi kampanye, menentukan pesan, strategi, taktik, alokasi waktu, sumber daya, evaluasi, dan tinjauan.