

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Abizar Dibagja
44213010060

Pelaksanaan Kampanye Program GenRe (Generasi Berencana) BKKBN Melalui Media Sosial

(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Direktorat Bina Ketahanan Remaja BKKBN Pusat Periode 2016)

Jumlah Halaman : x + 116 halaman + 27 Lampiran

Bibliografi : 27 acuan, tahun 2004 – 2016

ABSTRAK

Media sosial sebagai produk teknologi informasi modern telah mengubah aktivitas komunikasi organisasi dan dengan cepat merevolusi bagaimana kampanye atau program public relations (PR) berjalan. revolusi komunikasi yang membentuk pola komunikasi yang dinamis, dengan berbagai publik yang berbeda-beda, mengubah produksi komunikasi, distribusinya, penyampaianya dan penyimpanannya.

Dalam aktivitasnya, *Public Relations* berusaha menyelenggarakan komunikasi timbal balik (*two – way communication*) antara perusahaan dengan publik yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya suatu tujuan tertentu (*well Informed*). Skripsi ini mencoba menjelaskan bagaimana pelaksanaan kampanye PR dijalankan dengan menggunakan media sosial, melalui pendekatan deskriptif kualitatif Penulis berusaha menggambarkan mengenai situasi, keadaan, kejadian, atau gejala kelompok tertentu melalui pengumpulan data yang bersifat deskriptif.

Dari skripsi ini penulis dapat menjelaskan bahwa BKKBN melalui Direktorat Bina Ketahanan Remaja melakukan kampanye program generasi berencana atau GenRe dengan memanfaatkan keberadaan media sosial *instagram* sebagai wadah penyebaran informasi, media sosial *instagram* dirasa efektif sebagai wadah penyebaran informasi melihat sasaran atau khalayak dari penerima informasi mengenai program GenRe ini adalah remaja dengan rentang usia 10 – 24 tahun yang merupakan generasi *Milenial* yang banyak beraktifitas di media digital.

Dalam upaya menarik perhatian khalayaknya dalam melaksanakan kampanye program GenRe melalui media social *Intagram* BKKBN mencoba mengemas pesan edukasi melalui produk komunikasi berupa GenRead, GenRe News, GenRe Heroes, GenRe Comic.

Kata Kunci : Media Sosial, Komunikasi Organisasi, Kampanye PR