

## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Politik**

**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Advertising**

**Wicaksono Adi Putro 20130530260**

**“Pitpaganda” sebagai strategi kampanye Eliminate Dengue Project (EDP-Yogya) dalam upaya pencegahan DBD menggunakan bakteri wolbachia di Yogyakarta tahun 2016.**

Tahun Skripsi : 2017 + 102 halaman + 12 lampiran

Daftar kepustakaan : 13 buku + 5 sumber online + 4 arsip EDP-Yogya.

Penelitian ini menganalisis tentang bagaimana strategi kampanye EDP (Eliminate Dengue Project) Yogyakarta dalam upaya pencegahan DBD menggunakan bakteri wolbachia di Yogyakarta. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi kampanye EDP dalam upaya pencegahan DBD menggunakan bakteri wolbachia melalui pitpaganda di kota Yogyakarta serta untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat strategi kampanye dari EDP - Yogya. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Adapun langkah-langkah analisa data yang dilakukan pada penelitian ini meliputi: pengumpulan data yaitu dengan melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi kemudian dilanjutkan dengan mereduksi data, kemudian penyajian data, analisis dan akhiri dengan kesimpulan dan saran. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa kampanye yang dilakukan EDP Yogya yang menggunakan media pitpaganda merupakan strategi kampanye yang lebih menekankan pada sifat komunikatif, dimana adanya interaksi secara langsung yang terjadi antara pitpaganda dengan warga. Dalam hasil penelitian melihat bahwa kampanye yang dilakukan EDP Yogya bersama pitpaganda belum begitu maksimal memanfaatkan media internet untuk menyampaikan ide atau gagasan kepada khalayak sasaran, pembuatan kostum dan peralatan yang digunakan dalam berkampanye dirasa kurang memperhatikan kenyamanan untuk pelaku kampanye sehingga proses kampanye dirasa kurang maksimal, kurangnya spesifik dalam penentuan target kampanye sehingga terdapat beberapa khalayak yang merasa terganggu dengan kampanye yang diselenggarakan oleh EDP Yogya bersama pitpaganda. Hal ini dikarenakan kurangnya informasi dan persiapan dalam perencanaan kampanye yang dilakukan EDP Yogya. Berdasarkan ini peneliti mengusulkan untuk lebih memaksimalkan media internet seperti iklan di media sosial serta melakukan riset dan perencanaan yang lebih matang agar cakupan wilayah dan pesan yang ingin disampaikan jauh lebih baik.

***Kata kunci : strategi kampanye, EDP - Yogya, wolbachia, pitpaganda.***

## ABSTRACT

**Muhammadiyah University of Yogyakarta**

**Faculty of Social and Political Sciences**

**Department of Communication Sciences**

**Advertising Concentration**

**Wicaksono Adi Putro 20130530260**

**"Pitpaganda" as a campaign strategy of Eliminate Dengue Project (EDP-Yogya) in the effort to prevent dengue fever using wolbachia bacteria in Yogyakarta in 2016.**

Year of Thesis: 2017 + 102 pages + 12 attachments

References: 13 books + 5 online sources + 4 EDP-Yogya archives.

This research analyzes strategy of EDP campaign (Eliminate Dengue Project) Yogyakarta in an effort to prevent Dengue Hemorrhagic Fever (DHF) using wolbachia bacteria in Yogyakarta. The purpose of this research is to know the strategy of EDP campaign in preventing DHF using wolbachia bacteria through *pitpaganda* in Yogyakarta city and to know the supporting and inhibiting factors of campaign strategy of EDP - Yogya. This research is a qualitative research with descriptive method. The steps of data analysis conducted in this study include: first is data collection, it is conducted by doing interviews, observation, and documentation; second is reducing data, third is presentation of data, fourth is analysis and the last are conclusions and suggestions. The results of this study show that the campaign conducted by EDP Yogya using *pitpaganda* media emphasizes on communication, there is direct interaction between the *pitpaganda* and the citizens. From the results of the study seem that the campaign conducted by EDP Yogya with *pitpaganda* do not utilize maximally the internet media to convey ideas to the target audience, costumes and equipment used by campaigners are discomfort so that the campaign process is less maximal, unspecified on targeting campaign audience so that there are some audiences who feel annoyed with the campaign organized by EDP Yogya with *pitpaganda*. This is due to lack of information and preparation in planning campaign. Based on this situation, the researcher suggests to maximize the internet media such as advertising in social media and do research and more mature planning about the coverage area so that the message of campaign can be delivered much better.

***Keywords: campaign strategy, EDP - Yogya, wolbachia, pitpaganda.***