

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Public Relations

Eko Widdarwan

Evaluasi Strategi Kampanye Komunitas Nada Bicara Jogja dalam Kampanye “Lewat Nada Bicara Keberagamaan, Kesetaraan, Keberpihakan pada Perempuan dan Anak”

Tahun Skripsi : 2018 + 165 Hal + 26 Gambar

Daftar Pustaka : 19 Buku (2001-2016) + 11 Internet + 2 Jurnal

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengevaluasi strategi kampanye Komunitas Nada Bicara Jogja. Tujuan penelitian ini yang pertama adalah untuk mendeskripsikan manajemen kampanye “Lewat Nada Bicara Keberagaman, Kesetaraan, Keberpihakan pada Perempuan dan Anak”, kedua untuk mengetahui faktor pendukung serta penghambatnya dalam pelaksanaan kampanye. Model evaluasi kampanye yang digunakan adalah PII (Preparation, Implementation, Impact) oleh Cutlip, Center dan Broom (2011). Metode penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Sumber data penelitian ini diambil dari data primer yang diperoleh dari wawancara mendalam dan data sekunder yang diperoleh dari buku, internet, dokumen dan foto dokumentasi. Uji validitas data menggunakan triangulasi yang membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kampanye Komunitas Nada Bicara Jogja telah berjalan dengan efektif dari aspek kecukupan informasi latar belakang program, ketepatan pesan isi aktivitas dan orang yang menerima pesan dan aktivitas. Adapun beberapa kekurangan yang dihadapi Komunitas Nada Bicara adalah dari aspek pesan yang dikirim ke media dan aktivitas yang didesain serta pesan ditempatkan dan aktivitas yang diimplementasikan.

Kata Kunci : Evaluasi, Strategi Kampanye, Komunitas Nada Bicara Jogja

ABSTRACT

University of Muhammadiyah Yogyakarta

Faculty of Social and Political Sciences

Department of Communication Science

Concentration of Public Relations

Eko Widdarwan

The Evaluation of Campaign Strategy of Komunitas Nada Bicara Jogja in the Campaign of “Through Tone, Talking about Religiosity, Equality, and Alignment to Women and Children”

Year of Undergraduate Thesis: 2018 + 165 Hal + 26 Images + 2 Journal

References: 19 Books (2001-2016) + 11 Internet Sources

This research is to evaluate the campaign strategy of Komunitas Nada Bicara Jogja. The purpose of this study is, first, to describe the campaign management of “Through Tone, Talking about Religiosity, Equality, and Alignment to Women and Children”. Secondly, to find out the supporting factors and its obstacles in the implementation of the campaign. The campaign evaluation model used was PII (Preparation, Implementation, Impact) by Cutlip, Center and Broom (2011). This research method is descriptive research by using case study approach. The data source of this research was taken from the primary data obtained from in-depth interviews and secondary data obtained from books, internet, documents and photo documentation. The data validity test uses triangulation by comparing and re-checking the degree of validity of information obtained through different times and tools in qualitative research. The results of this study indicate that the campaign of Komunitas Nada Bicara Jogja has been run effectively from the aspect of sufficiency of background information of the program, the message accuracy of activity’s content and people who receive messages and activities. While for some of the constraints faced by Komunitas Nada Bicara Jogja is the aspect of messages sent to the media, the designed activity, the messages placed and the activities implemented.

Keywords: Evaluation, Campaign Strategy, Komunitas Nada Bicara Jogja