

## ABSTRAKSI

Penelitian ini akan membahas mengenai manajemen kampanye yang dilaksanakan oleh lembaga negara di Indonesia. Badan Pemeriksa Keuangan merupakan lembaga negara yang berfokus mengaudit anggaran belanja pemerintah di Indonesia. BPK tentunya mempunyai banyak publik yang dirasa perlu pendekatan agar terjalinnya kerja sama yang baik dalam mewujudkan transparansi dalam pengelolaan keuangan negara. Maka dari itu, BPK membuat program kampanye kehumasan mengenai *BPK Goes to School*.

Kampanye *BPK Goes to School* merupakan kampanye kehumasan yang menyasar secara langsung kepada siswa-siswi tingkat pelajar. Dengan tujuan agar generasi muda kedepannya dapat dijadikan sebagai agen perubahan untuk menjadikan Indonesia bebas dari korupsi. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana kampanye BPK dalam mewujudkan *good governance* melalui *public awareness campaign*. Program kampanye ini tentunya mempunyai persiapan-persiapan khusus dimulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga tahapan evaluasi. Seluruh rangkaian tahapan tersebut akan dipaparkan dan dianalisis secara mendalam menggunakan metode studi kasus deskriptif. Penelitian ini berfokus pada kampanye *BPK Goes to School* tahun 2015 di BPK Perwakilan Jawa Barat.

**Kata Kunci** : manajemen kampanye, Badan Pemeriksa Keuangan, *good governance*, studi kasus deskriptif, *BPK Goes to School*.

## **ABSTRACT**

This research is discussing about campaign management which was held by government institution in Indonesia. Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) is a government institution which focuses on audit financial government in Indonesia. BPK has a lot of public, where all the public have to be approached in order to build good cooperation in creating transparent financial state management. Therefore, BPK held Public Relations campaign program which is called BPK Goes to School.

BPK Goes to School campaign is a Public Relations campaign aimed for students. The goal of this program is to educate young generation as the agent of change in creating Indonesia free corruption. Through this event, BPK wanted to find out how good governance can be implemented by Public Relations campaign. This campaign needed special preparations from planning, executing and evaluation. All the preparations would be described and would be analyzed in depth using descriptive case study. This research focuses on BPK Goes to School 2015 campaign in BPK representative, West Java.

**Key words; management campaign, Badan Pemeriksa Keuangan (BPK), good governance, descriptive case study, BPK Goes to School**