

ABSTRAK

Kampanye dapat diartikan sebagai proses komunikasi berupa aktivitas untuk mempengaruhi publik atau sasaran tertentu dengan cara membujuk atau persuasif dan memotivasi publik untuk berpartisipasi, sehingga menciptakan efek tertentu seperti yang direncanakan sesuai dengan tema spesifik, dan dilakukan pada kurun waktu tertentu serta dilaksanakan dengan terorganisasi. Kampanye berawal dari suatu gagasan yang kemudian di konstruksi menjadi bentuk pesan-pesan yang kemudian akan di sampaikan kepada khalayak sasaran. Tujuan kampanye hanya dapat dicapai apabila khalayak memahami pesan-pesan tersebut.

Pesan menjadi fokus penting dalam perencanaan kampanye yang kemudian tertuang dalam turunan perencanaan pesan pada kegiatan kampanye. Perencanaan pesan memfokuskan pada bagaimana sebuah pesan disusun agar dapat mudah diterima dan dimengerti oleh khalayak sasaran sedangkan saran penunjang lainnya adalah media yang berperan sebagai sarana mengoptimalkan proses penyampaian pesan kepada khalayak sasaran.

Secara keseluruhan, penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana strategi pesan kampanye. Beberapa aspek yang perlu diperhatikan yaitu komunikator, pesan, media, dan kampanye. Untuk beberapa aspek ini diperlukan perencanaan yang tepat untuk mendukung berjalannya sebuah kampanye.

Dalam proses komunikasi dikenal beberapa metode untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Metode tersebut antara lain komunikasi yang bersifat informatif, komunikasi persuasif dan komunikasi koersif. Setiap metode komunikasi itu diterapkan pada situasi dan kondisi tertentu. Perencanaan dari kampanye disusun sebagai acuan dalam pelaksanaan kampanye.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam sebuah penyelenggaraan kampanye, pesan menjadi berperan penting dalam keberhasilan kampanye. Maka dari itu strategi pesan dibutuhkan dalam sebuah kampanye.

Kata Kunci: Kampanye, Strategi Pesan, Pesan Kampanye, Kampanye *Public Relations*.

ABSTRACT

The campaign can be defined as the process of communication in the form of activities to influence the public or particular target by persuading or persuasive and motivating the public to participate, thus creating a certain effect as planned in accordance with specific themes, and performed at a certain time and implemented by organized.

The campaign begins with an idea that later in the construction to form the messages which will then be conveyed to the target audience. Campaign objectives can only be achieved if audiences understand the messages. Messages must be managed, designed and well organized and creative.

Message became an important focus in the planning of a campaign that is then contained in the derivative planning message on the campaign activities. Planning the message focuses on how a message is intended to be easily accepted and understood by the target audience while supporting other suggestion is a medium that acts as a means of optimizing the process of delivering the message to the target audience.

Overall, this study describes how the strategy of the campaign message. Some aspects to note are communicators, messaging, media, and campaign. For some aspects of proper planning is necessary to support the passage of a campaign.

In the communication process known several methods to convey messages from the communicator to the communicant. Among other methods of communication that are informative, persuasive communication and communication coercive. Each method of communication it is applied in certain circumstances. Planning of the campaign is organized as a reference in the implementation of the campaign. As a communication event, there are several things to note that the persuasion communication activities to run smoothly,

The results showed that in an organizing campaign, the message becomes instrumental in the success of the campaign. Thus the strategy required in a campaign message.

Keywords: campaign, Strategies Messages, Message Campaign, Public Relations Campaign.