

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Analisis Kampanye GEDORHORTI HUMAS Direktorat Jenderal Hortikultura Kementan RI

Dimas Fernanda

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=77059&lokasi=lokal>

Abstrak

Banyaknya produk pertanian yang masuk ke Indonesia membuat para petani lokal sulit untuk bersaing, mengingat produk impor memiliki kualitas yang lebih baik. Melihat situasi ini Direktorat Jenderal Hortikultura membuat sebuah kampanye GEDORHORTI (Gerakan Dorong Hortikultura) yaitu untuk mencitai dan membeli hasil pertanian lokal dengan harga yang terjangkau. Dengan adanya GEDOR HORTI Direktorat Jenderal Hortikultura berharap para masyarakat mulai mencitai dan membeli sayur dan buah lokal yang kualitas dan harganya tidak kalah jauh dari produk impor.

Pada penelitian ini penulis menggunakan teori informasi organisasi dengan konsep komunikasi publik. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif dan metode penelitian ini menggunakan analisis isi. Teknik pengumpulan data sendiri dalam penelitian ini menggunakan wawancara, dokumentasi dan study pustka.

Hasil dari penelitian ini penyampaian informasi yang dilakukan oleh HUMAS direktorat jenderal hortikultura tentang kampanye GEDORHORTI tidak asal dalam memberikan pesan kepada followers serta memberikan kesan estetik dalam pemberian foto atau video dalam konten yang diberikan agar mempunyai ciri khas tersendiri. Serta hambatan yang dialami oleh HUMAS ditjen horti dalam pengampanyekan Gedorhorti selama pandemi sulitnya untuk memberikan informasi secara langsung kepada para petani dan terbatasnya aktivitas kantor dikarenakan pemberlakuan WFH (Work From Home).

Rekomendasi penelitian untuk selanjutnya bisa menggunakan teori new media tentang kampanye Gedorhorti ini karena terdapat banyak objek penelitian yang dapat dibahas tentang humas Direktorat Jenderal Hortikultura terkait penggunaan media baru.