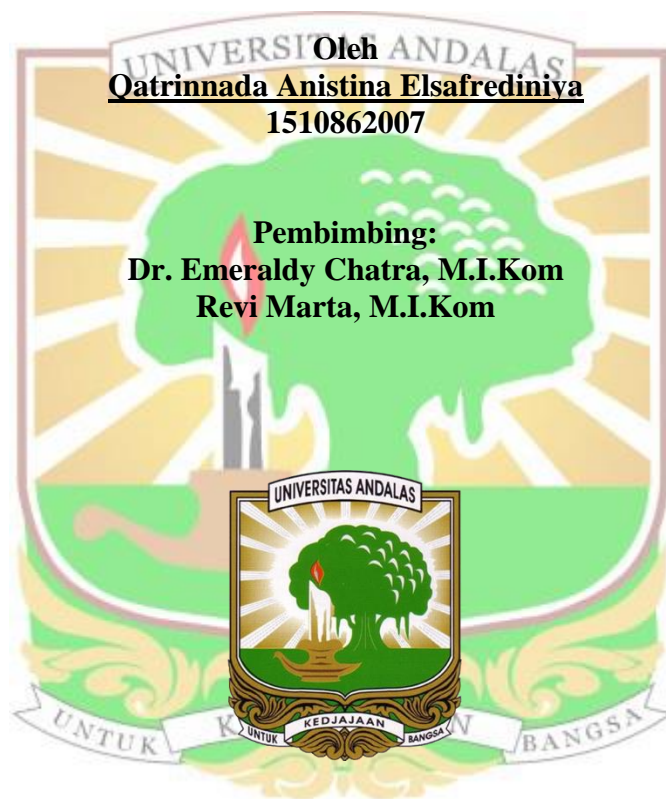


**MANAJEMEN *PUBLIC INFORMATION CAMPAIGN* OLEH  
BAZNAS PROVINSI SUMATERA BARAT**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2019**

## ABSTRAK

### **Manajemen *Public Information Campaign* oleh BAZNAS Provinsi Sumatera Barat**

**Oleh:**

**Qatrinnada Anistina Elsafrediniya  
1510862007**

**Pembimbing:**

**Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom  
Revi Marta, M.I.Kom**

BAZNAS Provinsi Sumatera Barat, dalam menjalankan tugasnya mengenai pengelolaan zakat, melakukan kegiatan *Public Information Campaign* yang dalam penelitian ini berupa kegiatan sosialisasi. Namun, setelah kegiatan sosialisasi dilaksanakan respon dari sasaran tidak sesuai dengan apa yang diharapkan. Respon yang tidak sesuai dengan harapan ini dapat menandakan ada masalah dalam proses kegiatan. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan manajemen *Public Information Campaign* dengan menggunakan teori Perencanaan dan Manajemen Kampanye Public Relations oleh Anne Gregory, mengidentifikasi hambatan komunikasi, serta aturan komunikasi yang berlaku di BAZNAS Provinsi Sumatera Barat dengan menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan manajemen *Public Information Campaign* oleh BAZNAS Provinsi Sumatera Barat sudah berjalan cukup baik. Bentuk kampanye yang dilakukan masih berupa pertemuan sosialisasi dan belum memanfaatkan media massa. Hambatan komunikasi kampanye berasal dari predisposisi mengenai pengelolaan zakat tidak perlu melalui amil zakat. Aturan komunikasi yang berlaku dalam manajemen kampanye oleh BAZNAS Provinsi Sumatera Barat adalah pengambilan keputusan harus berdasarkan kesepakatan pimpinan dan aturan yang ingin dibentuk adalah pengelolaan zakat melalui amil zakat akan lebih bermanfaat dibandingkan dengan pengelolaan zakat tanpa amil zakat.

**Kata Kunci:** Manajemen Kampanye, *Public Information Campaign*, BAZNAS

## ABSTRACT

### **Public Information Campaign Management by BAZNAS Provinsi Sumatera Barat**

**By:**  
**Qatrinnada Anistina Elsafrediniya**  
**1510862007**

**Supervisors:**  
**Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom**  
**Revi Marta, M.I.Kom**

*BAZNAS Provinsi Sumatera Barat in carrying out its duties regarding zakat management, conducts Public Information Campaign activities in this research in the form of socialization activities. However, after the socialization activities were carried out the response from the target didn't match what was expected. Response that isn't in line with expectations can indicate that there is a problem in the activity process. Therefore, this study aims to explain the management of the Public Information Campaign by using the theory of Planning and Managing of Public Relations Campaign by Anne Gregory, identifying communication barriers, and the rules of communication that apply in BAZNAS Provinsi Sumatera Barat using qualitative methods. The results of the study indicate that the management activities of the Public Information Campaign by BAZNAS Provinsi Sumatera Barat have been running quite well. The form of the campaign carried out is still a socialization meeting and has not utilized mass media. The communication barrier of the campaign comes from the predisposition regarding the management of zakat unnecessarily through amil zakat. The communication rules that apply in campaign management by BAZNAS Provinsi Sumatera Barat is that decision-making must be based on the chair agreement and the rules that want to be established are the management of zakat through amil zakat will be more beneficial than the management of zakat without amil zakat.*

**Keywords: Campaign Management, Public Information Campaign, BAZNAS**