

**AKTIVITAS HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN SLEMAN DALAM
MENSOSIALISASIKAN PROGRAM EKONOMI (STUDI DESKRIPTIF
AKTIVITAS HUMAS DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM
“CINTA KARYA BANGSA”)
TAHUN 2010-2014**

ABSTRAK

Komitmen Pemerintah Kabupaten Sleman dalam meningkatkan nilai ekonomi produk lokal Sleman diwujudkan dalam program “Cinta Karya Bangsa”. Dalam hal ini humas Pemerintah Kabupaten Sleman melakukan aktivitasnya dalam sosialisasi program ekonomi melalui program “Cinta Karya Bangsa”.

Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada Kepala Bidang Perekonomian Pemerintah Kabupaten Sleman, Kepala Humas Pemerintah Kabupaten Sleman, peserta UKM dan masyarakat umum. Analisis data dilakukan dengan reduksi, penyajian data dan menyimpulkan. Validitas data dilakukan dengan triangulasi sumber.

Aktivitas yang dilakukan humas dalam sosialisasi program “Cinta Karya Bangsa” yaitu membuat program pembelian dan penggunaan produk lokal terutama produk Sleman, mengadakan *event*/kegiatan berupa pameran-pameran dan mengadakan pasar lebaran, terlibat dalam *event* Pekan Raya Jakarta tahun 2002, mengadakan program Dialog Sembada dan siaran melalui radio. Media publikasi yang digunakan yaitu media pers (media cetak), radio, televisi, pameran (*exhibition*), bahan cetakan, surat langsung, pesan lisan, jurnal organisasi dan *website*. Faktor pendukung humas Pemerintah Kabupaten Sleman dalam sosialisasi yaitu adanya SK Bupati mengenai program ini sehingga Humas dapat menentukan arah, tujuan dan kebijakan yang mendukung program “Cinta Karya Bangsa” dan memiliki sumber daya manusia dengan tingkat pendidikan yang cukup tinggi sehingga memiliki wawasan yang luas termasuk kesediaan terlibat dalam program “Cinta Karya Bangsa”. Faktor penghambatnya antara lain keterbatasan dana dan masih banyak masyarakat yang menganggap produk impor lebih berkualitas dibandingkan lokal.

Kata kunci: Aktivitashumas pemerintah, Sosialisasi, cinta karya bangsa

**DISTRICT GOVERNMENT RELATIONS ACTIVITIES SLEMAN IN
DISSEMINATING THE PROGRAM ECONOMY (DESCRIPTIVE STUDY
PUBLIC RELATIONS ACTIVITIES IN DISSEMINATING THE
PROGRAM "LOVE WORKS NATION")
YEAR 2010-2014**

ABSTRACT

Sleman District Government's commitment in improving the economic value of local products Sleman embodied in the program "Love Working Nation". In this regard the Government of Sleman do public relations activities in the socialization of the economic program through the program "Love Working Nation".

This research method is descriptive qualitative data collection through interviews and documentation. Interviews were conducted to the Head of Economic Affairs, Government of Sleman, Head of Public Relations of the Government of Sleman, SME participants and the general public. Data analysis was carried out by reduction, data presentation and concluded. The validity of the data is done by triangulation.

Activities undertaken public relations in socializing program "Love Working Nation" is a program of purchase and use of local products, especially products Sleman, organize events/activities such as exhibitions and fairs Eid, was involved in the event Jakarta Fair 2002, held a program Dialogue Sembada and broadcast over the radio. Media publications used is a news media (print media), radio, television, exhibition, print materials, direct mail, voice mail, journal and website organization. Factors supporting the PR Government of Sleman in socialization that is the Regent's Decree on this program so that PR can determine the direction, goals and policies that support the "Love Working Nation" and have the human resources to education levels high enough to have extensive knowledge including the willingness involved in the program "Love Working Nation". Inhibiting factors, among others, limited funds and still many people who think the quality of imported products more than local.

Keywords: government public relations activities, socialize, *love the work of nation*