

ABSTRAK

KEGIATAN KAMPANYE *OFFLINE* SEBAGAI SARANA EDUKASI UNTUK MEMBANGUN PEMAHAMAN PUBLIK (Kampanye #IngatNomorDarurat Layanan Pemadam Kebakaran dan Penyelamatan Tangerang Selatan)

Chinta Apriliani Putri¹⁾, Reni Dyanasari, S.I.Kom., M.Si.²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

Kampanye #IngatNomorDarurat merupakan inisiatif edukatif yang bertujuan membangun pemahaman masyarakat mengenai pentingnya mengetahui dan menggunakan nomor darurat 112 dan 0811-9000-074 secara tepat, khususnya dalam situasi kebakaran dan penyelamatan. Rendahnya pemahaman masyarakat tentang layanan ini berpotensi menyebabkan keterlambatan laporan dan lambatnya respons petugas. Kampanye ini mengusung pendekatan komunikasi persuasif dalam bentuk kampanye *offline*, yang mencakup dua kegiatan utama, yaitu Anak Hebat Tanggap Bencana sebagai edukasi dan simulasi interaktif bagi anak usia dini, serta Misi Siaga Warga yang berfokus pada sosialisasi dan pembagian stiker serta *flyer* secara *door-to-door* kepada masyarakat. Selain itu, strategi media relations juga dilakukan untuk memperluas jangkauan informasi melalui distribusi *press release* ke berbagai media. Hasil kampanye menunjukkan bahwa pendekatan tatap muka efektif meningkatkan pemahaman masyarakat, anak-anak mampu mengingat nomor darurat lebih baik melalui media visual seperti gantungan kunci, serta respon positif dari warga terhadap distribusi stiker dan *flyer* di 165 rumah. Dari sisi publikasi, kampanye ini berhasil mendapatkan 19 pemberitaan media *online* tanpa biaya, membuktikan efektivitas strategi komunikasi yang dijalankan.

Kata kunci: Kampanye *Offline*, Komunikasi Persuasif, Nomor Darurat, Pemadam Kebakaran, Membangun Pemahaman

Pustaka : 37

Tahun Publikasi : 2015 – 2025