

## ABSTRAK

### **PENGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA EDUKASI UNTUK MENINGKATKAN ENGAGEMENT MEDIA SOSIAL @DAMKARTANGSELOFFICIAL (Kampanye #IngatNomorDarurat Layanan Pemadam Kebakaran dan Penyelamatan Tangerang Selatan)**

Bintang Putri Ramadhani<sup>1)</sup>, Reni Dyanasari S.I.Kom.,M.Si. <sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

<sup>2)</sup> Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

Kampanye *#IngatNomorDarurat* merupakan inisiatif dari Dinas Pemadam Kebakaran dan Penyelamatan Kota Tangerang Selatan sebagai bentuk edukasi publik tentang pentingnya mengetahui dan menggunakan nomor darurat 112 (nasional) dan 0811-9000-74 (lokal). Kampanye ini memanfaatkan media sosial Instagram, TikTok, dan YouTube sebagai sarana komunikasi digital yang dirancang dengan pendekatan persuasif melalui tiga rubrik konten: informasi, edukasi, dan hiburan. Konten disusun secara strategis dengan menggabungkan visual yang relevan, narasi yang komunikatif, serta gaya penyampaian yang ringan namun tetap informatif. Hasilnya, kampanye ini memenuhi objective atau tujuan kampanye di media sosial. Dengan hasil Engagamenet Rate pada media sosial Instagram sebesar 5,78%, TikTok 6,1%, dan YouTube 3,61%. Kampanye ini membuktikan bahwa media sosial tidak hanya efektif sebagai saluran informasi, tetapi juga mampu menjadi sarana edukasi publik yang membangun kesadaran kolektif terhadap kesiapsiagaan darurat. Melalui konten yang terstruktur dan pendekatan komunikasi persuasif, kampanye berhasil menjalin hubungan positif antara lembaga publik dan masyarakat.

Kata Kunci : Damkar, Kampanye, Media Sosial, Public Relations

Pustaka : 20

Tahun Publikasi : 2015 – 2025