

Pengaruh Iklan Layanan Masyarakat Pada Khalayak Sasaran (Studi Eksplanatif Iklan Layanan Masyarakat Program "Publikasi dan Sosialisasi Pendidikan" Dirjen Dikdasmen-Depdiknas)

Dotty Rahmatiasih, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20285019&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam beberapa tahun ini, sejak awal tahun 2001 hingga tahun 2003 di berbagai media massa tersiar berita mengenai masalah terhambatnya proses belajar mengajar di beberapa wilayah di Indonesia. Keterhambatan itu sebagian besar terjadi karena adanya kerusakan infrastruktur dan tidak tersedianya sarana yang memadai pada sekolah-sekolah di wilayah tersebut. Berkaitan dengan hal itu, Departemen Pendidikan Nasional (Depdiknas) khususnya Direktorat Jenderal Pendidikan Dasar dan Menengah (Dikdasmen) mengambil suatu langkah melalui pembentukan Dewan Pendidikan dan Komite Sekolah. Tujuannya adalah untuk memberdayakan masyarakat agar ikut berperan aktif membantu meningkatkan mutu pendidikan di sekolah, terutama di wilayahnya masing-masing. Dalam rangka mensosialisasikan Dewan Pendidikan dan Komite Sekolah, Dirjen Dikdasmen melaksanakan "Program Publikasi dan Sosialisasi Pendidikan." Program tersebut merupakan program pemasaran sosial yang dilakukan melalui iklan layanan masyarakat yang ditayangkan di stasiun televisi nasional pada bulan Oktober 2002 sampai dengan Januari 2003. Tujuan dan pelaksanaan "Program Publikasi dan Sosialisasi Pendidikan". adalah untuk meningkatkan kesadaran dan perilaku masyarakat agar ikut berperan aktif bergabung dengan Dewan Pendidikan dan Komite Sekolah. Setelah dilakukan wawancara dan survey penelitian, hasil analisis data penelitian dengan menggunakan regresi linear berganda menunjukkan bahwa iklan layanan masyarakat Dewan Pendidikan dan Komite Sekolah berpengaruh pada kognitif dan afektif khalayak (dalam hal ini responden penelitian), namun tidak berpengaruh pada konatif khalayak.