

## Strategi komunikasi promosi rencana peremajaan daerah kumuh di kawansan kumuh: Studi kasus rencana peremajaan daerah kumu di Kelurahan Pademangan Barat dan Kelurahan Pademangan Timur, Kecamatan Pademangan Jakarta Utara.

Siahaan, Eddy Ihut, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20437990&lokasi=lokal>

---

Abstrak

### <b>ABSTRAK</b>

Bertitik tolak dari seringnya timbul permasalahan dalam peremajaan daerah kumuh di DKI Jakarta, maka penulis tertarik untuk melakukan studi penelitian mengenai masalah ini dengan mengambil lokasi daerah Pademangan Jakarta Utara. Di dalam studi, penulis melakukan survey sample sederhana dengan membeagi kawasan atas sub-sub kawasan kumuh, Selanjutnya oenulis meneliti tanggapan warga masyarakat terhadap rencana peremajaan untuk setiap sub kawasan, baik itu tanggapan kognitif, afektif maupun konatifnya. Dari hasil penelitian, maka kesadaran (kognitif) warga masyarakat terhadap rencana peremajaan masih rendah, walau pengetahuan dan informasi warga tentang peremajaan cukup besar. Pemahaman dan keyakinan (afektif) warga akan makna peremajaan juga masih rendah. Akan tetapi minat (konatif) warga untuk diremajakan, sebetulnya cukup besar, asal dipenuhi persyaratan-persyaratan yang diajukan. berdasarkan hasil penelitian mengenai tanggapan warga terhadap rencana peremajaan dan program pemasyarakatan proyek, terdapat beberapa kekurangan dari pengelola proyek yang menyebabkan kurangnya partisipasi masyarakat sejak awal proyek direncanakan.

<br><br>

Sehubungan dengan hal-hal tersebut di atas, maka perlu dilakukan "feed-back" terhadap program permasyarakatan yang disiapkan oleh pengelola proyek, karena "effeknya" di kalangan warga masyarakat masih kurang positif dan akomodatif, dengan mengajukan suatu model komunikasi promosi yang diintegrasikan dengan perencanaan proyek. Dengan menggunakan "model" di atas, maka penulis mengajukan strategi komunikasi promosi. Strategi komunikasi promosi peremajaan daerah kumuh dibagi atas strategi kelembagaan/pengorganisasian, strategi pemilihan media komunikas, stratefi pembinaan warga, serta strategi penyiapan pesan dan desain produk peremajaan.