

Program Komunikasi dan Informasi Sosialisasi Peraturan Daerah (Studi Evaluasi terhadap Program Sosialisasi Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 1996 Oleh Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Propinsi DKI Jakarta)

Yudi Hermawan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=83238&lokasi=lokal>

Abstrak

Komunikasi pemasaran sosial dilakukan dengan tujuan akhir mengubah perilaku khalayak masyarakat agar menjadi lebih baik dari sebelumnya. Komunikasi pemasaran sosial yang dilaksanakan akan lebih efektif hasilnya bila didasari pada strategi komunikasi dan perencanaan yang tepat.

Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 1996 ini sudah lama diterbitkan, diundangkan, dikomunikasikan, dan diinformasikan dalam bentuk sosialisasi dengan Program kegiatan komunikasi dan informasi yang telah dilakukan oleh Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Propinsi DKI Jakarta, namun hasilnya belum maksimal karena masih banyak anggota masyarakat yang belum mengetahuinya (hal ini dapat dilihat dari masih banyaknya anggota masyarakat yang terjaring Operasi Yustisi Kependudukan).

Penelitian dilakukan dengan metode kualitatif yang bersifat deskriptif evaluatif. Penelitian berusaha memberikan gambaran bagaimana program kegiatan komunikasi dan informasi sosialisasi yang dilakukan Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Propinsi DKI Jakarta serta evaluasinya.

Dari hasil kajian dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media, baik media massa tidak langsung maupun media langsung/tatap muka masih terbatas. Tidak tersedianya sumber daya manusia atau pegawai yang kompeten, tidak adanya pegawai yang memiliki latar belakang komunikasi, dan tidak adanya wawasan yang luas dibidang komunikasi masih menjadi hambatan, kondisi seperti ini akan berdampak pada kesempurnaan penerimaan pesan yang didapat masyarakat. Peran serta masyarakat dalam mewujudkan tertib administrasi, registrasi, dan pengendalian penduduk masih belum sesuai harapan. Akhirnya proses pertukaran kebutuhan seperti yang diisyaratkan oleh Pemasaran Sosial sulit untuk terwujud.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, penulis memberikan rekomendasi-rekomendasi untuk perbaikan program kegiatan komunikasi dan informasi, diawali dengan pembentukan dan penetapan blueprint strategi komunikasi terpadu yang diiringi dengan monitoring dan kontrol. Perencanaan strategi komunikasi sebaiknya didasari pada hasil segmentasi masyarakat agar apa yang dibutuhkan masyarakat dapat diketahui dengan pasti.