

Evaluasi manajemen komunikasi kebijakan pemerintah studi dalam kebijakan reklame di DKI Jakarta = Evaluation of communication management of government policy studi on the advertising policy in DKI Jakarta

Panjaitan, Irine Magdalena, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20423072&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini mengevaluasi manajemen komunikasi yang menekankan pada sosialisasi kebijakan pemerintah, khususnya kebijakan reklame di DKI Jakarta. Teori dasar penelitian ini adalah evaluasi manajemen komunikasi pada kebijakan pemerintah. Melalui paradigma post-positivism, peneliti merujuk pada wawancara dengan pelaksana kebijakan dan dokumen yang menempatkan Pemda DKI Jakarta dan pengusaha reklame sebagai subyek dalam mengevaluasi manajemen komunikasi kebijakan reklame dengan memfokuskan pada proses sosialisasi. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa manajemen komunikasi pada proses sosialisasi mengenai kebijakan reklame masih mengalami kendala pada tahap perencanaan, perizinan dan pengawasan serta penertiban karena berdasarkan hasil evaluasi terdapat strategi general context pada budget, time table, dan strategi communication belum tercapai sedangkan strategi general context pada target public dan reasoning of program tercapai.

ABSTRACT

This research evaluates communication management which emphasizes on socialization government policy, emphasizes on socialization of government policy especially advertising policy in DKI Jakarta. The main theory of this observation is evaluation of communication management. Through this post positivism paradigm, the observer refers to interview with implementer of the policy and documents which place local government of DKI Jakarta and advertising company as subjects in evaluating communication management of advertising policy which is focusing on socialization process the observation show that communication management in socialization process about advertising policy still has some obstacle in planning licensing and monitoring also demolition because it's based on evaluation result there are strategies of general context in budget, time table and communication strategy which hasn't been achieved although there are strategy in general context on public target and reasoning of program which has been reached .