

## Strategi komunikasi memasyarakatkan peraturan daerah (Perda) nomor 5 tahun 1988 tentang kebersihan lingkungan dalam wilayah daerah khusus Ibukota Jakarta: studi kasus pada dinas kebersihan DKI Jakarta

Darwin Dachlan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=90830&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

#### <b>ABSTRAK</b><br>

Melihat pada kenyataan, tingkat kesadaran warga masyarakat Jakarta mengenai kebersihan lingkungan dan sikap perilaku untuk tidak membuang sampah disembarang tempat belum sepenuhnya menjadi budaya kehidupan sehari-hari dan Pemerintah DKI Jakarta telah menerbitkan Peraturan Daerah Nomor 5 tahun 1988. Maka perlu upaya-upaya memasyarakatkannya, dengan tujuan agar terbentuk perilaku kehidupan sebagaimana yang disyaratkan dalam Peraturan Daerah dimaksud. Pendekatan yang telah dilaksanakan melalui pemasaran sosial. Sebab pemasaran sosial sebagai bagian dari ilmu komunikasi menggunakan prinsip-prinsip dan teknik pemasaran untuk menyampaikan ide atau perilaku tertentu. Di dalam penelitian ini, penulis telah melakukan survey lapangan dengan menggunakan metode wawancara mendalam untuk mengetahui media-media yang digunakan Dinas Kebersihan untuk mengkampanyekan Peraturan Daerah tersebut. Penulis juga meneliti sejauh mana tanggapan masyarakat atas pemasaran yang telah dilakukan Dinas Kebersihan. Pengumpulan data melalui wawancara mendalam ini merupakan bagian dari pengumpulan data primer. Sedangkan pengumpulan data sekondernya dilaksanakan melalui studi kepustakaan.

<br><br>

Dari hasil pengumpulan data dan analisisnya disimpulkan bahwa kesadaran dan pengetahuan masyarakat masih relatif rendah. Hal ini disebabkan karena pemasaran sosial yang dilakukan Dinas Kebersihan DKI Jakarta selama ini lebih menitik beratkan pada penyuluhan tatap muka. Sehingga cakupan masyarakat yang dapat dijangkaunya sangat terbatas. Disamping itu kompetensi komunikasi penyuluhnya juga terbatas, keadaan ini sudah barang tentu berdampak pada tingkat kesempurnaan penerimaan pesan dari para peserta penyuluhan. Pemanfaatan media massa seperti Televisi, Radio, terbatas sekali terbentur pada pembiayaan.

<br><br>

Dengan melihat hal-hal sebagaimana diuraikan diatas, maka peneliti rekomendasi untuk memperbaiki dan menyempurnakan strategi komunikasi pemasaran Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 1988 agar dapat meningkatkan kesadaran dan adanya perubahan perilaku di masyarakat antara lain : lebih mengoptimalkan media masa, meningkatkan kompetensi komunikasi para penyuluh. Perlunya perencanaan strategi komunikasi pemasaran yang diawali penelitian tentang khalayak sasaran, media dan isi pesan. Dalam pelaksanaan strategi komunikasi perlu dilakukan monitoring dan evaluasi. Mengingat peningkatan pemahaman masyarakat akan Peraturan Daerah ini sangat penting dalam menunjang citra kota Jakarta maka anggaran yang lebih proporsional perlu dialokasikan untuk kegiatan strategi komunikasi, memasyarakatkan Perda Nomor 5 tahun 1988 ini.