

## STRATEGI HUMAS PEMERINTAH KOTA DEPOK DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM KOTA LAYAK ANAK

*[Studi pada RW 06 Kelurahan Tanah Baru, Kecamatan Beji, Kota Depok]*

Mitha Kencana<sup>1)</sup>, Fitria Ayuningtyas<sup>2)</sup>

1)Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta

2)Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta

Email : kencanamitha@yahoo.com

### ABSTRACT

*The background of this research is the communications strategy conducted by Depok's Government in socialization of Child-Friendly City Program. The purpose of this research is to find out the communications strategy done by Depok's Government in socialization of Child-Friendly City Program. The theory of this research used public relations, communications strategy, socialization and child-friendly city. The method of this research used descriptive qualitative method. The data collection method used in-depth interviews and observation. The result of this research indicated that the communications strategy of Depok's Government in socialization of Child-Friendly City is going well and smoothly. Depok's government can achieve the target based on analysis needed also Depok's government in socialization of child-friendly city in RW 06 Kelurahan Tanah Baru, Kecamatan Beji has been quite successful. This can be seen to the activity that related with child-friendly city program in any activities can be accepted by public.*

**Keywords:** Public Relations, Strategy, Socialization, Child-Friendly City.

### ABSTRAK

Latar belakang dari penelitian ini adalah strategi komunikasi yang digunakan oleh Pemerintah Kota Depok dalam rangka mensosialisasikan Program Kota Layak Anak yang dikenal sebagai KLA. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih lanjut strategi komunikasi yang digunakan oleh Pemerintah Kota Depok dalam rangka mensosialisasikan Program Kota Layak Anak. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Public Relations, Strategi Komunikasi, Sosialisasi dan Kota Layak Anak. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara mendalam dan observasi lapangan. Hasil dari penelitian ini yaitu strategi komunikasi yang digunakan oleh Pemerintah Kota Depok dalam rangka mensosialisasikan Program Kota Layak Anak sangat berjalan baik dan lancar. Pemerintah Kota Depok dapat mencapai target berdasarkan analisis kebutuhan dan sosialisai mengenai Kota Layak Anak di RW 06 Kelurahan Tanah Baru, Kecamatan Beji cukup berhasil. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan pada kegiatan yang berkaitan dengan Program Kota Layak Anak dapat diterima dengan baik oleh masyarakat..

**Kata Kunci:** Public Relations, Strategi, Sosialisasi, Kota Layak Anak.

### PENDAHULUAN

Berbagai kasus kekerasan ataupun tindakan kriminal terkait dengan anak tentunya sangat memprihatinkan dan akan berdampak buruk pada masa depan anak tersebut secara individu, dan masa depan

bangsa ini secara umum. Anak merupakan aset suatu bangsa, yang mana anak menjadi potensi kekayaan dan kesejahteraan dari suatu bangsa di masa depan. Dengan kata lain anak adalah generasi masa depan dari suatu bangsa yang harus dijaga. Meskipun telah ada aturan hukum dan perlindungan bagi hak anak yang

telah ditetapkan, tetapi masih saja terjadi pelanggaran atau tindakan yang tidak memperhatikan hak-hak anak, misalnya kekerasan seksual terhadap anak, tindakan *trafficking* yang melibatkan anak, kekerasan anak di rumah, penyalahgunaan narkoba yang melibatkan anak, dan lain sebagainya.

Indonesia telah meratifikasi instrumen internasional *Convention on the Rights of the Child* (Konvensi Hak Anak) sejak tahun 1990 melalui Keputusan Presiden (Keppres) No. 36 Tahun 1990. Bagi negara yang telah meratifikasi konvensi ini, memiliki kewajiban untuk hadir dan melaporkan secara berkala atau setiap tahun terkait kemajuan yang dicapai dalam menerapkan konvensi tersebut serta perlindungan hak-hak anak dalam negara tersebut.

Secara garis besar, Konvensi Hak Anak (KHA) merinci hak-hak anak dalam 54 pasal yang dikelompokkan dalam 4 (empat) hak dasar, yaitu: pertama, hak untuk bertahan hidup (*survival rights*), kedua, hak untuk tumbuh dan berkembang (*development rights*), ketiga, hak atas perlindungan (*protection rights*), dan keempat, hak untuk berpartisipasi (*participation rights*).

Empat pengelompokan mengenai hak anak tersebut adalah pengkategorian yang populer dari kandungan KHA. Dengan diratifikasinya KHA tersebut berarti Indonesia mengakui dan menghormati adanya hak-hak anak yang merupakan bagian dari Hak Asasi Manusia secara global.

Sejak saat itu, negara Indonesia menunjukkan kemajuan dalam implementasi

KHA tersebut dengan membuat suatu kerangka kerja hukum yang progresif dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak. Perkembangan selanjutnya diikuti dengan dikeluarkannya berbagai pengaturan turunan lainnya, diantaranya Peraturan Menteri Negara Pemberdayaan Perempuan dan Anak Nomor 2 Tahun 2009 tentang Kebijakan Kota Layak Anak guna untuk menjamin terpenuhinya hak-hak anak yang ada di dalam suatu wilayah atau daerah. Kebijakan Kota Layak Anak ini diinisiasi oleh Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak yang bertugas menyelenggarakan urusan di bidang pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak untuk membantu Presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan negara.

Menurut Peraturan Menteri Negara Pemberdayaan Perempuan RI No.2 Tahun 2009, Kota Layak Anak merupakan sebuah sistem pembangunan wilayah administrasi yang mengintegrasikan komitmen dan sumber daya pemerintah, masyarakat, dan dunia usaha dalam rangka memenuhi hak anak yang terencana secara menyeluruh dan berkelanjutan melalui pengarusutamaan hak anak. Menindaklanjuti kebijakan nasional tersebut, masing-masing pemerintah daerah menetapkan kebijakan Kota Layak Anak yang dimaksudkan untuk melindungi hak-hak anak yang disesuaikan dengan kebutuhan daerah dan kondisi otonomi daerahnya. Pemerintah Kota Depok sudah mulai menjalankan program Kota Layak Anak ini

sejak tahun 2010 dengan membuat gugus tugas mulai dari tingkat Kota hingga RW.

Kota Layak Anak atau yang biasa disebut dengan KLA ini merupakan kota yang ideal bagi tumbuh kembangnya anak. Seperti adanya fasilitas taman bermain anak-anak, media aspirasi dan kreativitas, sarana kesehatan yang responsif terhadap kebutuhan anak, sistem pendidikan, dan sebagainya. Hal ini, cukup sulit bagi Kota Depok, karena masyarakat Kota Depok memiliki latar belakang yang heterogen, beragam baik dalam budaya, pendidikan, maupun daerah asal tempat tinggal karena Kota Depok terletak berbatasan langsung dengan ibukota dan kota-kota besar lainnya. Selain itu, pertumbuhan penduduk di Kota Depok yang sangat pesat membuat Kota Depok memiliki lahan yang terbatas, sehingga agak sulit mengembangkan infrastruktur yang aman bagi anak maupun membuat taman-taman bermain.

Program Kota Layak Anak di Kota Depok dijalankan oleh Pemerintah Kota Depok melalui instansi pemerintah yaitu Badan Pemberdayaan Masyarakat dan Keluarga Berencana (BPMK). Kota Layak Anak merupakan strategi pembangunan tingkat kota yang mengintegrasikan komitmen dan sumber daya para pihak baik pemerintah, masyarakat, dunia usaha, dan LSM. Untuk dapat menjadi Kota Layak Anak, Pemerintah Kota Depok harus memenuhi 31 hak anak yang ditentukan dalam Undang Undang Nomor 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak. Dari ke-31 hak tersebut diantaranya, hak bermain,

berekreasi, berpartisipasi, menjalankan ibadah, berkumpul, bebas berserikat, berhak mendapatkan pendidikan, kesehatan, hidup yang layak. Sebagai upaya memberikan hak-hak anak ini, Pemerintah Kota Depok menjadikan program Kota Layak Anak sebagai salah satu program andalan di dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) 2011-2016.

Sejak tahun 2011 Kota Depok telah memulai pembentukan RW Layak Anak di tiga RW sebagai percontohan, yakni RW 06 Kelurahan Tanah Baru di Kecamatan Beji, RW 20 Kelurahan Cilangkap di Kecamatan Tapos dan RW 17 Kelurahan Tugu di Kecamatan Cimanggis. Namun RW 06 Kelurahan Tanah Baru di Kecamatan Beji merupakan RW Layak Anak pertama yang dijadikan RW percontohan oleh pemerintah kota Depok. Sementara untuk awal tahun 2012 ada 11 RW yang mempersiapkan wilayahnya sebagai RW Layak Anak. Dari 11 RW saat ini telah terbentuk sebanyak 6 RW Layak Anak dan 5 RW lainnya sedang dalam persiapan. Diantara 6 RW Layak Anak yang sudah terbentuk tersebut, satu RW telah melakukan *launching* RW Layak Anak, yaitu RW 09 Kelurahan Bhakti Jaya Kecamatan Sukmajaya.

Pada tanggal 20 Desember 2013, DPRD Kota Depok mengesahkan Perda Nomor 15 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Kota Layak Anak. Secara umum, anak-anak di Kota Depok sudah mendapatkan hak-haknya untuk mendapatkan pendidikan, pemanfaatan waktu luang, kesehatan, perlindungan hukum, dan

sebagainya. Meski demikian tidak serta merta membuat Kota Depok terbebas dari berbagai permasalahan terkait anak. Pada tahun 2015, kekerasan terhadap anak menjadi semakin meningkat yakni 285 kasus, dimana 58 persen kasus kekerasan anak yang ada merupakan kejahatan seksual baik anak sebagai korban maupun pelaku (sumber: depoknews.id). Jumlah ini meningkat dari tahun 2010-2011 dimana sebelumnya terdapat 30 kasus anak terlantar, 10 kasus *trafficking*, sedangkan untuk kasus kejahatan seksual tidak begitu banyak terungkap.

Dalam rangka pengembangan dan mempercepat pelaksanaan Kota Layak Anak dan memberikan apresiasi kepada Kabupaten/Kota sejak tahun 2009 Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (PP-PA) telah melakukan evaluasi pelaksanaan KLA tingkat Kabupaten/Kota dan memberikan penghargaan kepada kabupaten/kota yang berhasil memenuhi 31 (tiga puluh satu) indikator KLA dengan 5 Kategori yaitu : Pratama, Madya, Nindya, Utama dan Kota Layak Anak (KLA). Pemberian penghargaan ini dilakukan setiap 2 (dua) tahun sekali. Kota Depok sudah berhasil mencapai kategori Madya di tahun 2015, namun banyak kota lain yang sudah berhasil mencapai kategori yang lebih tinggi seperti Surabaya dan Solo yang berhasil mencapai kategori Nindya, dan Denpasar yang sudah berhasil mencapai kategori Kota Layak Anak sebanyak tiga kali.

Humas Pemerintah Kota Depok bersama Badan Pemberdayaan Masyarakat dan Keluarga Berencana sebagai pelaksana

sosialisasi program Kota Layak Anak telah melakukan sosialisasi kepada masyarakat melalui publikasi dengan menggunakan website, *twitter*, dan media cetak seperti koran, brosur, dan buku. Humas Pemerintah Kota Depok bersama aparat pemerintah Kota Depok melakukan sosialisasi dengan maksud agar program tersebut dapat lebih diminati seluruh lapisan masyarakat sehingga dapat menciptakan kota, kecamatan, kelurahan, lingkungan tempat tinggal dan keluarga yang layak bagi anak.

Namun berdasarkan pengamatan di lapangan, penulis melihat bahwa masih banyak masyarakat Kota Depok yang belum mengetahui program Kota Layak ini, dikarenakan kurangnya informasi yang mereka dapatkan dari Humas Pemerintah Kota Depok sehingga masih banyak ditemukan lingkungan yang kurang mendukung untuk perkembangan anak.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka rumusan masalah pokok dalam skripsi ini adalah **“Bagaimana Strategi Humas Pemerintah Kota Depok dalam Mensosialisasikan Program Kota Layak Anak?”**

## METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penulis memilih kualitatif untuk membahas secara mendalam dan mengetahui fenomena-fenomena tentang aspek kejiwaan, perilaku, opini, sikap, tanggapan, perasaan, keinginan dan kemauan seseorang atau kelompok.

Menurut Moleong (2010:6) mendefinisikan kualitatif sebagai penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain. Selain itu alasan lain penulis menggunakan pendekatan kualitatif adalah untuk menemukan perspektif baru tentang hal yang sudah banyak diketahui oleh sebagian orang, memahami permasalahan yang terjadi serta meneliti kegiatan dari segi prosesnya. Pendekatan kualitatif juga dapat digunakan sebagai keperluan evaluasi dari sebuah kegiatan.

Jenis penelitian yang akan penulis terapkan adalah deskriptif. Jenis penelitian deskriptif adalah penelitian yang memberikan gambaran atau uraian tentang suatu keadaan sejelas mungkin tanpa ada perlakuan terhadap objek yang diteliti. Tujuan dari penelitian ini yang sebagaimana dikutip dalam Kriyantono (2006:69) adalah untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu.

Untuk memperoleh data yang lengkap, akurat, objektif dan dapat dipertanggung jawabkan serta sesuai maksud dan tujuan penelitian, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data tentang apa yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, pengambilan data primer dilakukan dengan cara:

1. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada *key informant* dan *informant*. Wawancara yang sebagaimana dikutip dalam Moleong (2010:186) adalah ‘percakapan yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) dan terwawancara (*interviewed*) dengan maksud tertentu.’

2. Observasi

Menurut Guba and Lincoln yang sebagaimana dikutip dalam Moleong (2010:174), observasi digunakan dalam mengoptimalkan kemampuan penulis dari segi motif, kepercayaan, perhatian, perilaku tak sadar, kebiasaan dan sebagainya. Dalam penelitian ini penulis dapat mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan yang sebenarnya. Penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan observasi karena penulis sebagai partisipan yang turut serta dalam sosialisasi program Kota Layak Anak.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data tambahan yang mendukung dan melengkapi data primer berupa dokumen-dokumen tempat penelitian dan buku-buku yang menjelaskan tentang konsep-konsep teori yang berkaitan dengan penelitian. Data sekunder yang penulis gunakan berupa data dari internet serta dokumen-dokumen

kegiatan sosialisasi program Kota Layak Anak.

### **Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang penulis lakukan adalah sebagai berikut :

- a. Mulai dari pengumpulan data dan informasi yang diperoleh melalui wawancara mendalam dengan *key informant* dan *informant*.
- b. Membuat kategorisasi data, untuk mempermudah peneliti dalam melihat data penelitian
- c. Hasil pengamatan maupun literatur buku kemudian dihubungkan dengan masalah pokok penelitian, juga faktor-faktor pendukung atau penghambat yang memberikan pengaruh.

Dari rangkaian analisis tersebut, diungkapkan evaluasi kegiatan yang dilakukan dan dapat ditarik kesimpulan untuk mencari jalan keluar dari permasalahan yang ada sebagai jawaban dari rumusan masalah.

Proses analisis data sebagaimana yang diuraikan di atas dapat dibedakan menjadi tiga tahap yaitu : analisis data sebelum di lokasi penelitian, analisis data selama di lokasi penelitian, dan analisis data setelah selesai penelitian di lapangan (proses evaluasi).

### **Teknik Keabsahan Data**

Menurut Moleong (2010:330-331) menyimpulkan bahwa:

Salah satu teknik keabsahan data adalah menggunakan teknik triangulasi. Hal ini merupakan salah

satu pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu sendiri untuk kepentingan pengecekan atau perbandingan data.

Bentuk-bentuk triangulasi terdiri dari::

- a. Triangulasi sumber, menggunakan berbagai sumber data seperti dokumen, arsip, hasil wawancara, hasil observasi atau dengan mewawancarai lebih dari satu subjek yang memiliki sudut pandang yang berbeda.
- b. Triangulasi pengamat, adanya pengamat di luar peneliti yang turut memeriksa hasil pengumpulan data.
- c. Triangulasi teori, dalam membahas suatu permasalahan yang sedang dikaji, hendaknya penulis tidak menggunakan satu perspektif teori. Sehingga nantinya didukung dari *multiple theory*.
- d. Triangulasi metode, di dalam teknik ini, menggunakan berbagai metode pengumpulan data untuk menggali data sejenis. Pada triangulasi ini, terdapat dua strategi yaitu: pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian dengan beberapa teknik pengumpulan data dan pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian dengan beberapa teknik sumber data yang sama metodenya.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teori. Teknik triangulasi ini menentukan keabsahan dengan mengumpulkan data dari hasil observasi, hasil wawancara serta dikaitkan dengan teori-teori yakni dengan fakta, data, dan informasi yang dapat dipertanggung jawabkan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Strategi merupakan dasar perencanaan dalam mensosialisasikan program Kota Layak Anak sebagai cara untuk mencapai sebuah hasil akhir. Pencapaian hasil akhir menyangkut tujuan program Kota Layak Anak yang diharapkan dapat menciptakan kota, kecamatan, kelurahan, lingkungan tempat tinggal dan keluarga yang layak bagi anak.

Agar sebuah program bisa diketahui dan dipahami oleh masyarakat maka program tersebut terlebih dahulu disosialisasikan atau diperkenalkan kepada masyarakat atau khalayak sasaran program. Sosialisasi program dapat dilakukan dengan cara komunikasi. Hal ini sesuai dengan salah satu fungsi dari komunikasi yaitu berfungsi untuk menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan perilaku.

Dalam penelitian ini, yang menjadi komunikator adalah Humas Pemerintah Kota Depok Kota Depok. Dalam melakukan sosialisasi program Kota Layak Anak Pemerintah Kota Depok memiliki strategi komunikasi agar sosialisasi yang dilakukan dapat berjalan baik dan mendapatkan hasil yang diinginkan.

Menetapkan target dan membuat strategi yang dituju dapat membuat program lebih spesifik dan mudah untuk mengenai sasaran dan pencapaian tujuan program. Menetapkan target dengan cara memahami masyarakat, terutama yang akan menjadi target sasaran program komunikasi. Humas Pemerintah Kota Depok menetapkan strategi untuk menyebarkan informasi Kota Layak

Anak yang akan disosialisasikan kepada masyarakat. Menurut Cangara (2014:108) penetapan strategi dalam perencanaan komunikasi tentu saja kembali kepada elemen dari komunikasi. Strategi komunikasi yang pertama adalah menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak. Memahami masyarakat, terutama yang akan menjadi target sasaran program komunikasi merupakan hal yang sangat penting, sebab semua aktivitas komunikasi diarahkan kepada mereka. Merekalah yang menentukan berhasil tidaknya suatu program.

Berdasarkan pengamatan di lapangan, penulis melihat bahwa penentuan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak kepada masyarakat di 63 Kelurahan sudah cukup berhasil karena dengan metode seperti itu masyarakat dari berbagai lapisan dapat mengetahui setiap informasi yang diberikan Humas Pemerintah Kota Depok khususnya di RW yang melaksanakan program Kota Layak Anak. Ini ditandai dengan tersampaikan informasi hingga ke lapisan terbawah di masyarakat.

Target dari sosialisasi ini adalah Organisasi Perangkat Daerah (OPD), organisasi masyarakat, pihak swasta, PKK, sekolah, tokoh masyarakat, tokoh agama dan juga seluruh warga masyarakat dalam kelurahan dan kecamatan terkait. Target tersebut dianggap efektif dalam pembentukan Kota Layak Anak.

Humas Pemerintah Kota Depok berhasil menetapkan target untuk membentuk Kota Layak Anak yang nantinya target tersebut diharapkan mampu menyalurkan

informasi tentang Kota Layak Anak. Dalam melakukan kegiatan komunikasi, pesan merupakan suatu hal yang akan disampaikan oleh komunikator kepada komunikan yang nantinya akan dicerna oleh komunikan dan membentuk suatu efek. Sehingga dalam menyampaikan pesan diharapkan singkat, padat dan jelas agar komunikasi yang dilakukan akan efektif dan efisien.

Selain itu sifat pesan juga harus diperhatikan dan dipersiapkan dengan baik, hal ini dimaksudkan agar komunikan tidak merasa bimbang atau ambigu atas pesan yang disampaikan oleh komunikator. Setelah menentukan target maka isi pesan yang disampaikan kepada target harus mudah diterima.

Dengan mengetahui teknik dalam menyusun pesan maka dapat mempermudah dalam pembuatan pesan agar pesan tersebut dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh khalayak. Dalam menyusun pesan yang akan disampaikan Humas Pemerintah Kota Depok senantiasa memperhatikan beberapa hal yaitu pesan harus menarik, pemilihan kata, dan pesan harus dapat mempersuasif khalayak. Menurut Cangara (2014:133) penetapan strategi dalam perencanaan komunikasi tentu saja kembali kepada elemen dari komunikasi. Strategi komunikasi yang kedua adalah:

Teknik menyusun pesan. Pesan sangat tergantung pada program yang mau disampaikan. Jika program itu bersifat komersial untuk mengajak orang agar membeli barang yang dipasarkan, maka pesannya bersifat persuasif dan propokatif, sedangkan jika produk dalam bentuk program

penyuluhan untuk penyadaran masyarakat maka sifat pesannya harus persuasif dan edukatif. Tapi jika program yang ingin disampaikan sifatnya hanya untuk sekadar diketahui oleh masyarakat maka sifat pesannya harus bersifat normative. Pesan yang bersifat informatif sebenarnya harus melekat pada semua jenis program apakah itu komersial, politik, penyuluhan, dan informasi publik, sebab sebuah pesan yang tidak memiliki nuansa informatif bisa menimbulkan kesalahan persepsi.

Dalam menyusun pesan Humas Pemerintah Kota Depok mempertimbangkan beberapa hal yaitu pesan yang dibuat haruslah menarik, menggunakan pemilihan kata yang baik, mengandung unsur persuasif sehingga dapat mengajak dan menggerakkan masyarakat, dan yang pasti pesan tersebut harus mengandung 5W + 1H sehingga informasi yang disampaikan dapat dengan jelas diterima masyarakat dan sesuai fakta.

Pesan yang disampaikan oleh Humas Pemerintah Kota Depok disampaikan sama dengan pemberian materi oleh BPMKB agar pesan yang disampaikan tidak berbeda dan membingungkan bagi masyarakat, penyampaian pesan ini dilakukan melalui sosialisasi dan seminar.

Sosialisasi harus mempunyai pemilihan media yang tepat, pemilihan media yang tepat akan menentukan keberhasilan penyebaran pesan kepada khalayak sasaran. Namun hal yang pertama harus diketahui adalah memahami jenis media massa dan sifat dari masing-masing media tersebut. Memilih

media komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik isi dan tujuan isi pesan yang ingin disampaikan, dan jenis media yang dimiliki oleh khalayak. Menurut Cangara (2014:133) penetapan strategi dalam perencanaan komunikasi tentu saja kembali kepada elemen dari komunikasi. Strategi komunikasi yang ketiga adalah memilih media atau saluran komunikasi. Memilih media komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik isi dan tujuan isi pesan yang ingin disampaikan, dan jenis media yang dimiliki oleh khalayak.

Humas memilih media yang mudah untuk dijangkau masyarakat seperti penggunaan media cetak koran harian lokal maupun nasional, mencetak brosur, buku atau membuat *backdrop* yang biasa digunakan atau dipasang ketika pemerintah Kota Depok mengadakan kegiatan besar. Kemudian untuk lebih mempercepat penyebaran informasi, humas mempunyai *website* sendiri yang selalu di *update* dengan memposting *press release* dan juga menggunakan media sosial seperti *twitter* dan juga blog. Namun yang paling update adalah di *website* humas karena Humas Pemerintah Kota Depok selalu membuat *press release* setelah melakukan kegiatan-kegiatan.

Alasan Humas Pemerintah Kota Depok memilih media sosial adalah karena lebih efisien, efektif, dan optimal karena masyarakat saat ini sebagian besar memiliki *smartphone* dan masing-masing memiliki media sosial, dan juga alasan penggunaan media sosial karena biayanya murah sehingga Humas Pemerintah Kota Depok bisa

menyebarkan informasi kapanpun dan dimanapun.

Namun dalam memilih surat kabar biasanya Humas Pemerintah Kota Depok memilih surat kabar yang memiliki halaman banyak dan oplah atau eksemplarnya banyak dalam produksinya. Kemudian untuk pemasangan iklan di *website* Humas Pemerintah Kota Depok memilih *website* yang memiliki jumlah alexa kecil, alexa merupakan ukuran untuk melihat *page rank website* tersebut apakah ramai dikunjungi *viewer*. Penentuannya adalah jika jumlah alexa kecil maka *viewernya* banyak, dan Humas Pemerintah Kota Depok biasa memasang berita di *website* portal berita Tempo.Co.

Setelah menetapkan media mana yang akan digunakan dalam kampanye, maka tiba saatnya memproduksi media. Memproduksi media sangat tergantung tipe atau bentuk media mana yang akan dibuat, sebab memproduksi media cetak sangat berbeda dengan memproduksi media elektronik, demikian juga media luar ruang dan media format kecil.

Humas Pemerintah Kota Depok memproduksi sendiri media yang masih bisa mereka tangani seperti mencetak brosur, buku atau *backdrop* digunakan dalam penyebaran informasi Kota Layak Anak. Menurut Cangara (2014:133) penetapan strategi dalam perencanaan komunikasi tentu saja kembali kepada elemen dari komunikasi. Strategi komunikasi yang keempat adalah produksi media. Setelah menetapkan media mana yang akan digunakan dalam kampanye, maka tiba

saatnya kita memproduksi media. Memproduksi media sangat tergantung tipe atau bentuk media mana yang akan dibuat, sebab memproduksi media cetak sangat beda dengan memproduksi media elektronik, demikian juga media luar ruang dan media format kecil.

Humas memilih dan memproduksi sendiri media yang mudah untuk dijangkau masyarakat seperti mencetak brosur, buku atau membuat *backdrop* yang biasa digunakan atau dipasang ketika pemerintah Kota Depok mengadakan kegiatan besar. Humas Pemerintah Kota Depok selalu mendesain sendiri dan kemudian dicetak. Setelah pencetakan lalu disebarluaskan kepada masyarakat dengan membagikannya pada saat ada kegiatan sosialisasi.

Kegiatan sosialisasi harus dilakukan dengan memperhitungkan waktu yang kondusif, sehingga sasaran sosialisasi mengena. Untuk itu Humas Pemerintah Kota Depok telah mempunyai jadwal kegiatan yang sudah diatur setiap harinya, sehingga dalam pelaksanaannya tidak terjadi tumpang tindih antara kegiatan satu dengan lainnya. Menurut Cangara (2014:133) penetapan strategi dalam perencanaan komunikasi tentu saja kembali kepada elemen dari komunikasi. Strategi komunikasi yang kelima adalah penyusunan jadwal kegiatan. Menetapkan jadwal kegiatan untuk suatu program komunikasi harus memakai strategi, terutama untuk menghindari kegiatan yang memiliki gaung besar pengaruhnya dari kegiatan yang akan dilakukan.

Dalam menyusun jadwal kegiatan yang dilakukan, Humas Pemerintah Kota Depok selalu mengikuti jadwal kegiatan dari Walikota ataupun Wakil Walikota dan juga seluruh OPD yang ada di pemerintahan Kota Depok termasuk BPMK. Jadi, Humas Pemerintah Kota Depok setiap harinya memiliki kegiatan yang selalu dikomunikasikan kepada masyarakat. Kemudian setelah kegiatan tersebut dilaksanakan Humas Pemerintah Kota Depok mengolah informasi yang didapatkan untuk segera dipublikasikan agar berita tersebut tidak basi dan selalu *up to date*.

Setelah menetapkan strategi komunikasi, maka Humas Pemerintah Kota Depok melakukan kegiatan sosialisasi mengenai program Kota Layak Anak. Sosialisasi adalah penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang lain bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif yang dimaksudkan agar mereka sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di masyarakat.

Sosialisasi sudah dilakukan sejak tahun 2010 ketika dimulai dengan pemilihan RW 06 Kelurahan Tanah Baru Kecamatan Beji menjadi RW pertama yang menjadi percontohan Kota Layak Anak di Depok, kemudian dilanjutkan pada tahun 2013, DPRD kota Depok membuat Perda tentang Penyelenggaraan Kota Layak Anak. Sejak saat Humas Pemerintah Kota Depok semakin gencar mensosialisasikan Perda tersebut.

Selain itu, dalam upaya mengimplementasikan program Kota Layak Anak, Pemerintah Kota Depok mengadakan

kegiatan Gelar Ekspresi Anak (GEA) 2015, di lapangan Balai Kota Depok, Minggu 13 Agustus 2015 lalu. Kegiatan tersebut rutin dilaksanakan tiap tahun sebagai rangkaian peringatan Hari Anak Nasional.

Kegiatan sosialisasi program Depok Kota Layak Anak diawali dengan pembentukan Sekolah Ramah Anak dan RW Layak Anak di lapangan, yang kemudian dilanjutkan dengan pemberian pelatihan kepada staf Kecamatan, staf Puskesmas, staf Dinas Pendidikan dan Unit OPK di tingkat Kecamatan, Tim Kecamatan dan perwakilan kader. Pemberian materi berupa :

1. Materi Dasar, terdiri dari: latar belakang Kota Layak Anak dan pengorganisasian Kota Layak Anak.
2. Materi Inti, terdiri dari :
  - a. Bidang Pendidikan, antara lain: Wajib Belajar Pendidikan Dasar, akses layanan pendidikan anak *Drop Out* dan melek huruf.
  - b. Bidang Kesehatan: akte kelahiran, ASI eksklusif, vitamin A, imunisasi lengkap, timbang rutin per bulan, pemeriksaan kehamilan, imunisasi TT, pemberian tablet FE, garam yodium dan jarak kehamilan.
  - c. Bidang Lingkungan: pemanfaatan lahan pekarangan, pengelolaan pos kesehatan kelurahan, sistem informasi berbasis anak dan strata Posyandu.

3. Materi Tambahan, terdiri dari: metode merekap data dasar dan menyajikan data yang didapat agar dapat menjadi suatu sistem informasi yang dipahami semua orang, selain itu juga diberikan pelatihan tentang petunjuk pengisian kuesioner serta teknik fasilitasi rembuk dan gerakan masyarakat ramah anak dan meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak. Untuk merencanakan pembentukan Sekolah Ramah Anak dan pembentukan RW Layak Anak di setiap kecamatan, BPMK telah melakukan *survey* atau pendataan.

Sosialisasi program Kota Layak Anak yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Depok dirasakan berhasil oleh masyarakat, dengan adanya Kota Layak Anak ini masyarakat bisa merasa tenang dan tidak lagi khawatir dengan pertumbuhan dan perkembangan anak-anak di daerah ini. Masyarakat merasa bahwa dengan meningkatnya kualitas hidup masyarakat, baik dalam bidang pendidikan, kesehatan maupun lingkungan, sehingga Kota Depok akan menjadi kota yang layak bagi anak-anak.

## KESIMPULAN

Langkah-langkah perumusan strategi komunikasi yang telah dilakukan Humas Pemerintah Kota Depok, yaitu: menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak, teknik menyusun pesan, memilih

media atau saluran komunikasi, produksi media, dan penyusunan jadwal kegiatan telah dijalankan dengan cukup baik melalui kegiatan-kegiatan sosialisasi yang dilakukan. Kegiatan-kegiatan sosialisasi yang telah dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Depok dalam melaksanakan program Kota Layak Anak antara lain: seminar dan penyuluhan yang berkaitan dengan anak, publikasi lewat media massa seperti koran dan juga media sosial, kemudian membuat *press release* di website, serta pemasangan baliho dan spanduk Depok Menuju Kota Layak Anak. Humas Pemerintah Kota Depok juga melakukan berbagai sosialisasi seperti pembuatan brosur, spanduk, baliho dan juga buku yang dapat menambah edukasi anak.

Melihat perkembangan dan proses sosialisasi yang telah dilakukan selama ini, dapat dikatakan bahwa sosialisasi yang dilakukan cukup berhasil. Hal ini terlihat dari dapat diterimanya setiap kegiatan yang disosialisasikan kepada masyarakat, Dimana masyarakat dengan aktif ikut berpartisipasi di setiap kegiatan sosialisasi yang dilakukan. Hambatan utama yang dialami oleh Humas Pemerintah Kota Depok dalam menjalankan program Kota Layak Anak adalah kurangnya pemahaman masyarakat terhadap kebutuhan anak dikarenakan sulitnya untuk merubah kebiasaan dalam masyarakat, sebagai contoh adalah orang tua sudah terbiasa menyuruh anak untuk membeli rokok padahal itu bisa menjadi awal dari seorang anak menjadi pecandu rokok. Terlebih lagi masih banyak orang tua yang kurang memberikan perhatian kepada anak, anak terbiasa diperlakukan kasar dan tidak diberi pendidikan yang cukup

sehingga itu semua membuat program tersebut terasa sulit untuk diterima masyarakat. Kemudian banyaknya media massa yang memberitakan hal yang tidak sesuai dengan kebenaran tentang Kota Depok, sehingga membuat masyarakat menerima informasi tersebut secara mentah-mentah, contohnya adalah banyaknya media yang memberitakan bahwa Kota Depok belum layak dijadikan Kota Layak Anak padahal kenyataannya Kota Depok memang belum menjadi Kota Layak Anak sepenuhnya karena Kota Depok baru mencapai kategori Madya dari keseluruhan lima kategori yaitu: Pratama, Madya, Nindya, Utama dan Kota Layak Anak.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Bungin, Burhan. (2006). *Sosiologi Komunikasi*, Kencana: Jakarta.
- , (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Kencana: Jakarta.
- Cangara, (2014), *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. PT . Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Effendy, Onong Uchyana. (2007). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, PT Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Effendy, Onong Uchyana 2008, *Human Relation & Public Relations*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Fitriawan, M. (2014). *Program Andalan Kota Depok*, Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Depok, Depok.
- Kriyantono, R. (2006). *Riset Komunikasi*, Kencana Prenada Media Group: Jakarta.

- Moleong, L. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*, Bumi Aksara: Jakarta.
- Morrison, M. (2008). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*, Kencana: Jakarta
- Roudhonah. (2007). *Ilmu Komunikasi*, UIN Press: Jakarta.
- Ruslan, Rosady. (2008). *Public Relations dan Media Komunikasi*, PT. Raja Grafindo: Jakarta.
- , (2010), *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*, PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Soemirat, Soleh & Ardianto. (2005). *Dasar-dasar Public Relations*, PT Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Widjaja, H.A. (2008). *Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, Bumi Aksara: Jakarta.

#### **Internet**

<http://humas.depok.go.id/>

<http://bpmk.depok.go.id/>

<https://diskominfo.depok.go.id/>