

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KEBERSIHAN DAN PERTAMANAN DALAM SOSIALISASI PERDA NOMOR 2 TAHUN 2011 MENGENAI PENGELOLAAN SAMPAH DI KOTA SAMARINDA

Elga Denanda¹

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi permasalahan rendahnya tingkat kepedulian warga Kota Samarinda mengenai pengelolaan sampah walaupun sudah dilakukan sosialisasi peraturan daerah nomor 2 tahun 2011 Kota Samarinda oleh Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda selama lima tahun. Ini menunjukkan ada permasalahan dalam strategi komunikasi yang digunakan dalam Sosialisasi Peratruan daerah tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data dan mendeskripsikan strategi komunikasi yang digunakan Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda untuk melakukan sosialisasi Peraturan Daerah nomor 2 tahun 2011 mengenai pengelolaan sampah. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan tempat penelitian Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda. Berfokus pada strategi komunikasi yang meliputi mengenal khalayak, pengelolaan pesan, metode penyampaian, media yang digunakan dan efek yang diharapkan. Penentuan key informan dan informan menggunakan purposive sampling. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara kepada satu key informan dan 3 informan dan dokumentasi. Kemudian dianalisis menggunakan tehnik analisis data interaktif Miles, Huberman dan Saldana 2014.

Hasil penelitian dari penelitian didapatkan data Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda tidak melakukan strategi megngenal khalayak sebelum sosialisasi yang menyulitkan penentuan pesan seperti apa yang diolah, bagaimana cara penyampaian pesannya, media apa yang efektif sehingga menghasilkan efek yang diharapkan dari sosialisasi perda nomor 2 tahun 2011 tidak tercapai.

Kata Kunci : *Sosialisasi, Perda Nomor 2 Tahun 2011, Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda.*

PENDAHULUAN

Sebuah peraturan tidak mungkin secara tiba tiba diberlakukan dan dilakukan penindakan tanpa adanya pemberitahuan kepada masyarakat terlebih dahulu. Pastiya dilakukan pemberitahuan tentang peraturan daerah tersebut dan dilakukan dalam jangka waktu yang tidak sebentar. Dilakukan dalam jangka

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: elgadenme@gmail.com

waktu yang tidak sebentar agar sekiranya isi mengenai peraturan tersebut dapat diketahui dan dipahami oleh masyarakat.

di Kota Samarinda tampak seperti tidak ada kabar mengenai penegakan atas perda nomor 2 tahun 2011 tersebut. Seolah-olah perda diberlakukan namun tidak terasa efek nya terhadap masyarakat sehingga terlihat masih banyak yang membuang sampah sembarangan dan tidak mengelola sampahnya dengan benar. Padahal sosialisasi mengenai perda ini sudah berjalan bertahun-tahun seperti tidak menemui titik akhir dimana dapat dikatakan bahwa sudah saatnya dilakukan penegakan besar-besaran mengenai peraturan daerah ini.

Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda sudah diberikan wewenang untuk melakukan sosialisasi sampai penegakan perda nomor 2 tahun 2011 ini, sudah pula dilakukan sosialisasi tersebut. Sosialisasi yang lama dan seperti belum dapat mengubah pemahaman masyarakat mengenai peraturan daerah nomor 2 tahun 2011 ini membuat penulis ingin mengetahui seperti apa strategi komunikasi dinas kebersihan dan pertamanan Kota Samarinda dalam melaksanakan sosialisasinya. Oleh dari itu maka penulis tertarik untuk mengangkat judul : “Strategi Komunikasi Dinas Kebersihan dan Pertamanan dalam Mensosialisasikan Perda Nomor 2 Tahun 2011 Kepada Warga Kota Samarinda Mengenai Cara Pengelolaan Sampah”

KERANGKA DASAR TEORI

Teori Komunikasi Lasswell

Paradigma Harold D.Lasswell menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan sebagai berikut ”Who Says What in Which Channel to Whom With What Effect?” (Effendy,2013:10)

Proses Komunikasi

Proses komunikasi merupakan serangkaian tahapan berurutan yang melibatkan komponen-komponen komunikasi. Proses komunikasi menurut Effendy (2013:11) terbagi menjadi dua tahap, yakni primer dan sekunder

Tujuan Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi, tujuan komunikasi diantaranya sebagai berikut:

1. Mengubah sikap (to change the attitude)
2. Mengubah opini/pendapat/pandangan (to change the opinion)
3. Mengubah perilaku (to change the behavior)
4. Mengubah masyarakat (to change the society).(Effendy,2007:55)

Komunikasi Antar Pribadi (interpersonal communication)

Komunikasi antar pribadi yang dimaksud disini adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka, seperti yang dinyatakan R. Wayne Pace (1979) dalam Cangara (2014:36) bahwa

“interpersonal communication is communication involving two people in a face to face setting”.

Komunikasi Publik (public communication)

Komunikasi publik biasa disebut komunikasi pidato, komunikasi kolektif, komunikasi retorika, *public speaking*, dan komunikasi khalayak. Komunikasi publik menunjukkan suatu proses komunikasi dimana pesan-pesan disampaikan oleh pembicara dalam situasi tatap muka di depan khalayak yang lebih besar. Cangara (2014:34)

Strategi Komunikasi

Menurut Effendy (2008:29) “... Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*management planning*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai suatu tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan secara taktis bagaimana operasionalnya. Dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu, bergantung kepada situasi dan kondisi... “

Sosialisasi

sosialisasi adalah suatu proses, di mana anggota masyarakat yang baru mempelajari norma-norma dan nilai-nilai masyarakat di mana dia menjadi anggota

Definisi Konsepsional

Strategi Komunikasi Sosialisasi Perda Nomor 2 Tahun 2011 Mengenai Pengelolaan Sampah oleh Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Samarinda yang dalam hal sosialisasi ini dilaksanakan atau dikerjakan oleh seksi penyuluhan dalam dinas tersebut sesuai dengan Teori Komunikasi Lasswel yaitu “Who Says What in Which Channel to Whom With What Effect”

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penulisan yang digunakan dalam penulisan ini adalah deskriptif kualitatif. Menurut Bodgan dan Tailor dalam Moleong (2012:4) “penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yaitu berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku individu secara holistik atau utuh.”

Fokus Penelitian

Strategi Komunikasi Sosialisasi perda nomer 2 tahun 2011 oleh DKP sesuai teori laswell dalam effendy (2013:10) Komunikator, Pesan, Komunikan, Media dan Efek sesuai marhaeni 2009:183) :

1. Proses Mengenal dan Menentukan khalayak Sasaran (komunikan)

2. Penyusunan Pesan Yang Akan Disampaikan (Pesan)
3. Penentuan Metode Penyampaian Yang Tepat (Komunikator)
4. Pemilihan Media Yang Digunakan (Media)
5. Efek Yang Diharapkan (Efek)

Jenis dan Sumber Data

Penulis menunjuk key informan melalui teknik purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono,2012:216). Penulis menetapkan key informan yang merupakan pegawai di Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda yaitu Bapak Ir. Gunawan Sumiyadi selaku Kepala Seksi Penyuluhan dan Pemberdayaan Masyarakat dan inofrman yang terdiri dari Bobby Chrisna Dewanto, SH (Kasi Pengawasan dan Penegakan Hukum), Hj. Orhani, Zulkifli Khairaf, S.Hut. Sedangkan jenis data dalam penulisan ini adalah data primer dan sekunder.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan, yaitu peneliti melakukan penelitian langsung dengan beberapa cara yaitu pengamatan langsung, wawancara dan dokumentasi(Kriyantono, 2009:108-118)

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis (interview model of analysis) dikembangkan oleh Mathew B Miles, A. Michael Huberman dan Johnny Saldana (2014).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sejarah Singkat DKP

Pada awalnya Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda sebelum tahun 1978 masih bergabung dengan Dinas Pekerjaan Umum Kotamadya Tingkat II Samarinda sebagai Seksi Kebersihan. Pada tahun 1979 Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kotamadya Tingkat II Samarinda dibentuk berdasarkan Perda Nomor 17 Tahun 1979 tentang Pembentukan Organisasi dan Tata Kerja Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kotamadya tingkat II Samarinda. Selanjutnya Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) menjadi Dinas Kebersihan Pertamanan.

Visi Misi

“TERWUJUDNYA KOTA SAMARINDA YANG ASRI TAHUN 2020” dan misi dari Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda adalah

1. Meningkatkan profesionalisme sumber daya aparatur Dinas Kebersihan dan pertamanan Kota Samarinda
2. Meningkatkan sarana dan prasarana pengangkutan sampah dan pembersihan
3. Meningkatkan pelayanan kebersihan kota Samarinda

4. Meningkatkan pelayanan kebersihan kota Samarinda
5. Meningkatkan fasilitas taman, penghijauan, penerangan jalan umum dan dekotasi kota
6. Menyediakan tempat pemakaman umum yang tertata rapi
7. Meningkatkan peran serta masyarakat dalam pengelolaan kebersihan lingkungan.

Hasil Penelitian

DKP diberikan tugas untuk melakukan sosialisasi bahwa telah diberlakukannya perda nomer 2 tahun 2011 mengenai pengelolaan sampah dan diharapkan bisa menyentuh semua warga Samarinda. Menghadapi warga yang memiliki citra buruk mengenai pengelolaan sampah ini membutuhkan strategi komunikasi yang baik agar dapat melakukan sosialisasi yang efektif. Adapun strategi komunikasi yang dilakukan DKP dalam kegiatan sosialisasi perda nomer 2 tahun 2011 adalah sebagai berikut :

Proses Mengenal dan Menentukan Khalayak Sasaran

Setelah melakukan wawancara, peneliti mendapatkan informasi bahwa Dinas Kebersihan dan Pertamanan kota Samarinda dalam hal ini juga melakukan proses mengenal khalayak. Namun proses mengenal khalayak ini tidak dilakukan oleh Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda sebelum melakukan sosialisasi, melainkan dilakukan saat melakukan sosialisasi seperti yang diutarakan oleh Bapak Ir. Gunawan Sumiyadi :

“...kami ini santai saja tidak terlalu rumit dengan strateginya, yang penting kita baik sama orang. Berkata santun, berbicara yang baik, baru berikan sosialisasi perda. Jadi nanti dari sosialisasi pertama itu kita pahami bagaimana watak dan sifat mereka” (Wawancara 8 September 2016)

Penyusunan Pesan Yang Akan Disampaikan

Berikut hasil wawancara peneliti dengan Bapak Zulkifli Khairaf, S.Hut mengenai hasil dari pengelolaan pesan yang dikerjakan seksi penyuluhan Dinas Kebersihan dan Pertamanan :

“hasilnya ya materi presentasi bisa, juga gambar dan tulisan mengenai larangan dalam perda nomor 2 tahun 2011 atau juga bisa himbauan, rangkuman perda, info pengelolaan sampah yang baru, materi untuk disampaikan dalam praktek pengelolaan sampah. Itu semua nanti disampaikan saat sosialisasi.” (Wawancara 8 September 2016)

Metode Penyampaian Pesan Yang Akan Disampaikan

Berikut hasil wawancara dengan Bapak Bobby Chrisna Dewanto, SH mengenai strategi mengenai metode penyampaian sosialisasi perda nomor 2 tahun 2011 oleh Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda :

“... jadi kan ada bikin pertemuan panggil 50 orang perwakilan di satu

daerah. Disitu kami sampaikan macam-macam seperti tentang pembuatan pupuk takakura, tentang 3 M, mengajarkan cara memanfaatkan Bank Sampah, Jadi kami ketika sosialisasi itu biasanya menyampaikannya dengan cara yang baik, yah yang menghimbau begitu, edukatif, tapi santai dan tidak tegang, jadi kami memberikan info dan pengetahuan baru soal bagaimana mengurangi sampah, bagaimana mengelola sampah. Jadi tidak ada acara memaksa memang. Untuk yang x banner sama poster itu kami sebar di tempat-tempat umum kaya di mall, di sekolah-sekolah, Nah kalau spanduk ini, yang ditaruh di tempat penumpukan sampah baru yang tidak semestinya, jadi pas keliling kita lihat ada tumpukan baru, disitu kami taro spanduknya. spanduk itu juga ditaruh di tempat tempat pembuangan sementara...” (Wawancara 8 September 2016)

Media Yang Digunakan

Mengenai media apa saja yang digunakan Dinas kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda dalam sosialisasi ini dijelaskan oleh Bapak Zulkifli Khairaf, S.Hut selaku tenaga ahli dalam bidang design Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda seperti berikut :

“... jadi kami biasanya sering bikin x banner sama poster itu yang isinya gambar sama tulisan mengenai larangan dalam perda nomor 2 tahun 2011 atau himbauan, brosur itu isinya info dan edukasi mengenai pengelolaan sampah yang efektif dan menguntungkan seperti cara membuat pupuk, sepanduk juga ada, itu mengenai peraturan buang itu harus dimana dan jam berapa, trus selebaran yang isinya rangkuman perda, trus rangkuman perda itu juga direkam untuk siaran keliling, jadi itu bunyi pas lagi keliling. Kalau lagi dalam forum yang kumpulin warga gitu biasanya pakai slide sama brosur, begitu.” (Wawancara 8 September 2016)

Efek Yang Diharapkan

Dalam kegiatan sosialisasinya Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda pun memiliki tujuan atau efek yang diharapkan. Ini seperti yang diungkapkan Oleh Bapak Ir. Gunawan Sumiyadi selaku kepala seksi penyuluhan dan pengawasan Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda seperti berikut :

“Kami ada berbagai macam program yang kami lakukan , seperti siaran keliling di darat dan di sungai yang diperuntukkan bagi warga pinggiran sungai, penyuluhan dengan membuat forum, pembagian selebaran dan phamplet, meletakkan x baner di tempat-tempat umum, memasang spanduk di tempat penumpukan sampah baru. Dari semua itu diharapkan masyarakat dapat mengerti dan memahami cara mengelola sampah yang benar, ikut menyebarkan info yang didapatnya kepada orang lain di sekitarnya, menjadi sadar dan patuh terhadap peraturan yang berlaku, juga paham bahwa mengelola sampah dengan benar itu sangatlah penting tidak hanya untuk lingkungan yang bersih tapi juga raga yang sehat.” (Wawancara 8 September 2016)

Pembahasan

Berikut ini peneliti menyajikan pembahasan data-data hasil penelitian mengenai Strategi Komunikasi dalam Sosialisasi Perda nomor 2 Tahun 2011 Mengenai Pengelolaan Sampah Oleh Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Samarinda

Proses Mengenal dan Menentukan Khalayak Sasaran

Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda telah banyak melakukan sosialisasi kepada warga Kota Samarinda. Dalam kegiatan untuk mengetahui atau mengenal khalayak sasaran yang ditujunya, sesuai dengan hasil wawancara dan pengamatan peneliti Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda menggunakan strategi berkomunikasi langsung atau melakukan sosialisasi langsung dan berusaha memahami khalayak sasarnya dari serangan pertamanya dalam sosialisasi kepada warga Kota Samarinda. hal ini tidak sejalan dengan perumusan strategi komunikasi yang baik di dalam buku Marhaeni (2009:183) dimana dalam strategi komunikasi, unsur komunikasi haruslah dimengerti terlebih dahulu, agar tidak terjadi kesalahan dalam penyampaian pesan ataupun penggunaan media. Komunikator yang dalam hal ini adalah Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda seharusnya mencoba mencari tahu terlebih dahulu bagaimana komunikasi yang ditujunya.

Pengelolaan Pesan Yang Akan Disampaikan

Sesuai dengan hasil wawancara dan pengamatan peneliti, dalam melakukan pengelolaan pesan, Dinas Kebersihan dan Pertamanan hanya membuatnya tanpa mempertimbangkan siapa yang dan bagaimana khalayak yang dituju dikarenakan menggunakan strategi serang langsung atau sosialisasi langsung tanpa mengenal khalayak terlebih dahulu. Sehingga Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda mengalami kesulitan dalam menentukan konten atau isi pesan seperti apa yang pasti efektif bagi mayoritas warga Kota Samarinda. Kegiatan sosialisasi Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda pun hanya mengandalkan bahan yang ada, yang sudah pernah dibuat sebelumnya dan juga mengandalkan kemampuan berbicara langsung kepada Khalayak sasaran sebagai cara melakukan sosialisasi. Dari berbagai pesan yang disampaikan, Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda menemukan warga yang banyak mengabaikan pesan berbentuk himbauan dan lebih senang dengan pesan yang bertujuan untuk menginfokan info baru atau mengajarkan mengenai cara pengelolaan sampah yang mana Menurut Effendy (2013 : 55) komunikasi yang menginfokan dan mengajarkan adalah :

1. Menginformasikan (to Inform)

Adalah memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain

2. Mendidik (to educate)

Adalah komunikasi merupakan sarana pendidikan, dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan ide atau pikirannya kepada orang lain, sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.

Metode Penyampaian Pesan Yang Akan Disampaikan

R. Wayne Pace (1979) dalam Cangara menjelaskan mengenai komunikasi tatap muka atau interpersonal (2014:36) bahwa “interpersonal communication is communication involving two people in a face to face setting”. Komunikasi antar pribadi merupakan komunikasi yang melibatkan dua orang atau lebih dalam bentuk tatap muka. Kebanyakan sosialisasi yang dilakukan adalah tipe sosialisasi yang menggunakan bentuk komunikasi Interpersonal. Adapun beberapa program dilakukan oleh Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda menggunakan komunikasi interpersonal diantaranya :

1. Menyebar selebaran dan brosur

Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda melakukan pendekatan langsung kepada warga dengan menyebarkan brosur dan selebaran sambil menjelaskan isinya dalam rangka sosialisasi perda nomor 2 tahun 2011.

2. Melakukan teguran langsung kepada warga

Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda melakukan teguran langsung ketika di lapangan saat melakukan patroli atau sosialisasi mendapati ada warga yang melakukan pelanggaran perda nomor 2 tahun 2011 mengenai pengelolaan sampah, teguran ini bisa langsung tatap muka secara interpersonal

Ada pula yang menggunakan komunikasi Publik. Cangara (2014:34) menjelaskan bahwa : Komunikasi publik biasa disebut komunikasi pidato, komunikasi kolektif, komunikasi retorika, public speaking, dan komunikasi khalayak. Dalam penelitian ini komunikasi publik yang dilakukan oleh Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda didalam program pembuatan forum yang melakukan diskusi panel atau presentasi mengenai pesan-pesan yang menyangkut perda /

Media Yang digunakan

Media disini adalah media kedua yang , digunakan oleh Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda. Menurut Effendy (2013:11) media kedua tersebut adalah media komunikasi sekunder yang merupakan : “proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seseorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya biasanya dikarenakan komunikan sasarannya berada di suatu tempat yang relatif jauh dari sang komunikator atau jumlah dari khalayak yang dituju jumlahnya sangat banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisis, film, adalah media kedua.

Sesuai dengan hasil wawancara dan pengamatan peneliti, Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda menggunakan beberapa media dalam menunjang kegiatan sosialisasi perda nomor 2 tahun 2011 seperti x banner, poster, brosur, selebaran, spannduk, rekaman suara yang disiarkan melalui pengeras suara, dan sempat menggunakan media massa seperti radio dan Televisi pada awal sosialisasinya namun sudah tidak lagi dikarenakan biaya yang sangat mahal dan terjadinya pemangkasan dana dari Pemerintah Kota Samarinda. sehingga dari semua media yang digunakan tersebut Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda merasa media yang paling sulit untuk digunakan adalah media massa seperti radio dan televisi dimana kedua media tersebut dianggap telalu banyak memakan dana sosialisasi dan ditambah lagi dana sosialisasi sudah tidak mengalir dari Pemerintah Kota Samarinda.

Efek Yang Diharapkan

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi (Effendy,2007 :55) tujuan komunikasi diantaranya sebagai berikut:

1. Mengubah sikap (to change the attitude)
Disini Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota samarinda bertujuan tuntut mengubah sikap warga Kota samarinda, mengarapkan efek dimana Warga Kota Samarinda memiliki sikap yang peduli dengan kebersihan lingkungan
2. Mengubah opini/pendapat/pandangan (to change the opinion)
Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda ingin mengubah pandangan warga Kota Samarinda dengan sosialisasi ini diharapkan efeknya adalah warga yang memiliki pandangan bahwa peduli akan kebersihan lingkungan itu tidak hanya baik untuk orang lain, tetapi untuk dirinya sendiri.
3. Mengubah perilaku (to change the behavior)
Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda ingin mengubah perilaku warga Kota Samarinda dengan sosialisasi ini diharapkan efeknya adalah warga yang tidak lagi memiliki perilaku seperti warga yang tidak memiliki tata aturan dalam hidup, sembarang membuang sampah tanpa peduli orang lain, dan tidak mau diingatkan.
4. Mengubah masyarakat (to change the society).
Diinginkan warga Kota Samarinda menjadi masyarakat yang dapat menjadi contoh bagi yang lain dalam menjaga kebersihan. Sehingga dapat menjadi agen-agen perubahan didalam pembangunan manusia yang cinta akan kebersihan lingkungan.

Dinas Kebersihan dan Pertaamanan Kota Samarinda melewati satu unsur penting dimana unsur tersebut adalah unsur krusial yang memiliki pengaruh besar terhadap tingkat efektifitas komunikasi yang dilakukan. Dinas Kebersihan dan Pertamanan tidak melakukan strategi mengenal khalayak dimana disini adalah unsur komunikator. Ini tidak dilakukan sebelum melakukan sosialisasi sehingga ini menyulitkan strategi pengelolaan pesan yang akan disampaikan mengenai

pesan seperti apa yang efektif, penentuan metode penyampaian yang pas dengan khalayak yang dituju, dengan media apa, Pada akhirnya dikarenakan kesulitan yang ditimbulkan akibat kurangnya pemahaman tentang khalayak yang dituju, efek yang diharapkan dari sosialisasi pun tidak dapat dicapai.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan Strategi Komunikasi Sosialisasi Perda Nomor 2 Tahun 2011 Mengenai Pengelolaan Sampah Oleh Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda, maka dengan ini penulis menarik kesimpulan dari permasalahan diatas sebagai berikut :

1. Menenal Khalayak

Strategi menenal khalayak tidak dilakukan sebelum melakukan sosialisasi, hal ini mengakibatkan terjadinya kesulitan saat melakukan sosialisasi dan kesalahfahaman dimana sikap apatis warga yang merupakan efek dari sosialisasi yang tidak sesuai dipahami sebagai sifat warga Kota Samarinda.

2. Pengelolaan Pesan

Pengelolaan pesan tidak terjadwal dan dibuat tergantung mood, sehingga tidak banyak yang dibuat, waktu pembuatan relatif lama dan tidak memiliki dead line. Dana yang terbatas juga berpengaruh menurunkan semangat membuat pesan baru karena merasa tidak akan terealisasi, sehingga terus memproduksi hasil pengelolaan pesan lama.

3. Metode Penyampaian

Sosialisasi disampaikan dengan tatap muka baik perorangan atau dalam forum dengan cara yang edukatif , juga menggunakan komunikasi sekunder atau tidak langsung berbentuk himbauan. Metode tidak selalu sesuai dengan apa yang warga harapkan dikarenakan kurangnya pengetahuan mengenai khalayak sasaran. Kurangnya Dana juga menghambat program sosialisasi

4. Media yang digunakan

Menggunakan media x banner, poster, brosur, selebaran, spanduk, dan rekaman himbauan yang disiarkan melalui pengeras suara. Kurangnya dana menjadi penghambat produksi semua media diatas.

5. Efek yang diharapkan

Efek yang diinginkan belum dapat terrealisasikan karena masih banyak warga yang tidak menunjukkan efek yang diharapkan setelah diberikan sosialisasi.

Saran

Tidak dilakukannya pengenalan khalayak sebelum melaksanakan sosialisasi mengakibatkan kesulitan untuk mengelola pesan dan kurangnya mood atau keinginan untuk mengolahnya, dikarenakan tujuan pembuatan pesan untuk khalayak yang belum dipahami, metode yang dilakukan tidak selalu sesuai dengan yang diinginkan khalayak, media yang digunakan tidak dipakai

berdasarkan pemahaman mengenai khalayak, sehingga efek yang diharapkan pun tidak tercapai. Oleh karena kekurangan diatas disarankan untuk Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda untuk:

1. melakukan pengenalan khalayak sasaran sosialisasi terlebih dahulu guna mempermudah penyusunan strategi komunikasi Sehingga lengkap dan tidak kekurangan informasi tentang khalayak sasaran.
2. Dengan pengetahuan yang sudah didapat mengenai khalayak sebaiknya Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda dapat mengolah pesan dengan lebih baik lagi dan tidak dikerjakan tergantung mood, sehingga dapat menghasilkan pesan dengan cepat dan tepat dengan pengetahuan mengenai khalayak yang sudah didapat.
3. Dengan pengetahuan yang sudah didapat setelah melakukan prosesn mengenal khalayak dan mengerti mengenai khalayak sebaiknya Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Samarinda dapat menyampaikan pesan sosialisasi perda nomor 2 tahun 2011 dengan menggunakan metode yang sesuai.

Daftar Pustaka

- Bungin, Burhan,H. 2009. "Sosiologi Komunikasi". Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Cangara, Hafield. 2012. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta : Rajawali Pers.
- _____. 2013. Perencanaan dan Strategi Komunikasi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. Dinamika Komunikasi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- _____. 2013. "Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek". Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fajar, Marhaeni. 2009. Ilmu Komunikasi: Teori & Praktik. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Kriyantono, Rachmat. 2009. "Teknik Praktis Riset Komunikasi". Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Miles, Huberman dan Saldana. 2014. Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook. USA: SAGE Publications, Inc.
- Moleong, Lexy J. 2012. "Metode Penelitian Kualitatif". Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan, M. A. 2010. Manajemen Public Relations : Strategi Menjadi Humas Profesional. Jakarta : Kencana Perdana Media Group.
- Oliver, Sandra. 2007. Strategi Public Relations. Jakarta: Erlangga.
- Ruslan, Rosady. 2010. Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Salusu, J. 2002. Pengambilan Keputusan Stratejik: Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit. Jakarta : Grasindo.

- Soekanto, Soerjono. 2009. "Sosiologi suatu Pengantar". Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. 2001. Metode Penelitian Administrasi. Bandung: Alfabeta.
- _____.2012. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sutopo. H.B. 2002. Metodologi Penelitian Kantitatif. Surakarta: UNS Press.
- Widjaja. A.W.2000.Ilmunya komunikasi pengantar studi. Jakarta : PT. Rineka Cipta.

Sumber Internet :

- Sosialisasi,(online) <http://kbbi.web.id/sosialisasi> (diakses pada 14 April 2016)
- Peraturan Daerah Kota Samarinda nomor 2 Tahun 2011 (online) <http://ditjenpp.kemenkumham.go.id/files/ld/2011/KotaSamarinda-2-2011.pdf> (diakses pada 14 April 2016)
- Shobri, Ahwan (2014). Program pilah sampah plastik, kardus, kertas dalam meningkatkan nilai kebersihan siswa dan pendapatan sekolah di SDN Tambakaji 04, SDN Ngaliyan 01 dan SDN Ngaliyan 03.Ungraduate Thesis (S1). Semarang : IAIN Walisongo.
- Fatmawati, Ega (2013). Studi Komparatif Kecepatan Temu Kembali Informasi di Depo Arsip Koran Suara Merdeka Antara Sistem Simpan Manual Dengan Foto Repro. Undergraduate thesis. Semarang : Universitas Diponegoro