

STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PEKERJAAN UMUM KOTA SAMARINDA DALAM PENANGGULANGAN BANJIR DI KOTA SAMARINDA

Mirsasusanti Arsam¹

ABSTRAK

Mirsasusanti Arsam, Strategi Komunikasi Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda dalam Penanggulangan Banjir di Kota Samarinda, Di bawah bimbingan Prof Drs. Endang Erawan, M.Si dan Drs. Sugandi, M.Si.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Strategi Komunikasi Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda dalam Penanggulangan Banjir di Kota Samarinda.

Melalui penulisan ini akan diketahui bagaimana strategi komunikasi Dinas Pekerjaan Umum dalam penanggulangan banjir di Kota Samarinda. Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis kualitatif dengan model analisis interaktif yang terdiri dari tiga alur yaitu kondensasi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, bahwa strategi komunikasi Dinas Pekerjaan Umum telah dilaksanakan seperti strategi komunikasi melalui sosialisasi yang merupakan kegiatan untuk menyampaikan, menginformasikan, mengembangkan serta mengarahkan masyarakat akan pentingnya penanggulangan banjir. Penggunaan media merupakan strategi komunikasi yang juga digunakan dalam hal ini berupa media massa melalui media televisi, radio, surat kabar (koran), dan media baru internet (website) yang digunakan sebagai jembatan komunikasi untuk menyampaikan pesan dari Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda kepada masyarakat dan kelompok-kelompok peduli lingkungan. Sosialisasi merupakan strategi komunikasi Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda untuk meningkatkan kualitas penanggulangan banjir di Kota Samarinda. Selain itu faktor yang mendukung dalam strategi komunikasi Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda dalam penanggulangan banjir seperti sarana dan prasarana yang mendukung, sumber daya manusia yang berkompeten, berkualitas dan memiliki kapasitas dibidang masing-masing. Namun masih ada faktor yang menghambat didalam Dinas Pekerjaan Umum dalam penanggulangan banjir di Kota Samarinda seperti kurangnya kesadaran masyarakat untuk menjaga lingkungan.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Penanggulangan Banjir

PENDAHULUAN

Strategi komunikasi penanggulangan banjir adalah bagian dari strategi komunikasi Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda yang sangat penting artinya dalam penyelesaian masalah banjir. Undang-undang no 25 tahun 2004 tentang

¹ Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: mirzsambot@gmail.com

sistem perencanaan pembangunan nasional (SPPN) adalah upaya yang dilaksanakan oleh semua komponen bangsa dalam rangka mencapai tujuan bernegara dan di selenggarakan berdasarkan demokrasi dengan prinsip – prinsip kebersamaan.

Dalam peraturan walikota Samarinda (PERWALI) Nomor 28 Tahun 2008 tentang penjabaran tugas, fungsi dan tata kerja struktur organisasi dinas pekerjaan umum Kota Samarinda merupakan unsur pelaksana otonomi daerah yang tugas pokok membantu kepala daerah dalam melaksanakan sebagian urusan pemerintah yang menjadi wewenang pemerintah kota di bidang pekerjaan umum urusan bina marga dan pengairan yang merumuskan kebijakan perencanaan operasional, program kegiatan pembangunan, pengawasan dan pengendalian penetapan kebijakan, penyelesaian masalah operasional sistem drainase dan penanggulangan banjir, pembinaan dan pemberdayaan sistem yang searah dengan kebijakan umum daerah.

Banjir adalah disebabkan oleh genangan air dalam jumlah besar yang biasanya disebabkan oleh meluapnya air sungai karena debit air yang melebihi daya tampungnya. Fenomena alam ini cukup sering terjadi di Indonesia, banjir melanda hampir di setiap musim penghujan. Tidak hanya di kota-kota besar dengan sedikit area resapan air yang terkena banjir, banyak faktor yang menyebabkan suatu daerah terkena banjir, antara lain bentuk daerah aliran sungai, gradien sungai, kerapatan drainase, lereng rata-rata dan penggunaan lahan. Parameter tersebut bisa digunakan sebagai tolak ukur dalam menentukan kerentanan potensi banjir di suatu daerah.

Adapun rencana strategi Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda seperti salah satunya strategi komunikasi yang dilakukan ialah bagaimana Dinas Pekerjaan Umum dalam menanggulangi banjir pada sub bidang pekerjaan umum dan melakukan berbagai cara untuk memberikan serta menyampaikan informasi kepada khalayak mengenai penanggulangan banjir di Kota Samarinda. Kebijakan penetapan strategi Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda terinci dalam program kerja operasional yang merupakan proses penentu jumlah dan jenis sumber daya yang diperlukan dalam rangka pelaksanaan suatu penetapan untuk mencapai tujuan dan meningkatkan pengawasan dan penyelenggaraan penanggulangan banjir yang terjadi.

Wujud dari strategi komunikasi yang ada di Dinas Pekerjaan Umum adalah dengan melakukan berbagai pencapaian perencanaan kegiatan dan metode-metode yang digunakan dalam hal penanggulangan banjir di Kota Samarinda. Hal tersebut dapat dilakukan dengan adanya komunikasi yang terjalin dengan baik di lingkungan internal dan eksternal instansi, sehingga dapat menjalankan berbagai visi dan misi yang sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai dalam organisasi. Berdasarkan pada uraian-uraian yang telah dikemukakan, maka penulis tertarik untuk mengkaji atau meneliti tentang “Strategi Komunikasi Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda dalam Penanggulangan Banjir di Samarinda”.

Untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi komunikasi Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda dalam penanggulangan banjir di kota

Samarinda. Dan untuk mendeskripsikan dan menganalisis faktor-faktor penghambat dinas pekerjaan umum dalam penanggulangan banjir di kota Samarinda.

KERANGKA DASAR TEORI

Dalam penelitian yang bersifat ilmiah diperlukan teori sebagai pedoman dan landasan bagi peneliti untuk menyusun skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti mengemukakan beberapa pengertian dari teori-teori yang berhubungan langsung dengan penelitian ini berfungsi untuk memberikan batasan atau gambaran yang jelas dari penelitian yang akan peneliti lakukan. Adapun teori-teori dan konsep-konsep yang mendukung dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Teori Laswell

Banyak teori komunikasi yang telah diketengahkan oleh para ahli, tetapi untuk strategi komunikasi barangkali yang memadai baiknya untuk dijadikan pendukung strategi komunikasi ialah apa yang dikemukakan oleh Harold D. Lasswell sebagaimana dikutip oleh Effendy (2011: 10). Lasswell menyatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “Who, Says What, Which Channel, To Whom, With What Effect”(siapa, berkata apa, melalui saluran apa, kepada siapa, dan bagaimana efeknya).

Model ini termasuk mekanistik, dimana menurut perspektif mekanistik, komunikasi secara umum memiliki lima unsur, yaitu:

- a. Komunikator atau sumber
- b. Message (Pesan)
- c. Komunikan atau sasaran atau khalayak
- d. Media atau saluran, dan
- e. Efek atau balikan

Rumusan Lasswell ini tampaknya sederhana saja. Tetapi jika dikaji lebih jauh, pertanyaan “Efek apa yang diharapkan”, secara implisit mengandung pertanyaan lain yang perlu dijawab dengan seksama, pertanyaan tersebut ialah:

1. When (Kapan dilaksanakannya?)
2. How (Bagaimana melaksanakannya?)
3. Why (Mengapa dilaksanakan demikian?)

Rumus Lasswell tersebut mengandung banyak pertautan yang selanjutnya juga mempunyai teori-teori tersendiri. Sebagai contoh “*persuasion*” yang merupakan kegiatan komunikasi yang mengharapkan “*behavior change*” meliputi berbagai teknik. Jika sudah mengetahui sifat-sifat komunikan, dan tahu pula efek apa yang dikehendaki dari mereka, memilih cara bagaimana untuk berkomunikasi sangatlah penting, karena ada kaitannya dengan media yang harus digunakan. Cara bagaimana berkomunikasi (*how to communicate*), bisa mengambil salah satu dari dua tatanan yaitu, komunikasi tatap muka (*face to face communication*) dan komunikasi bermedia (*mediated communication*). Komunikasi tatap muka dipergunakan apabila mengharapkan efek perubahan tingkah laku (*behavior*

change) dari komunikan. Hal tersebut terjadi karena sewaktu berkomunikasi memerlukan umpan balik langsung (*immediate feedback*). Melalui saling melihat komunikator bisa mengetahui pada saat berkomunikasi apakah komunikan memperlihatkan dan mengerti apa yang dikomunikasikan. Komunikasi bermedia (*public media dan mass media*) pada umumnya banyak digunakan untuk komunikasi informatif, karena tidak begitu ampuh untuk mengubah tingkah laku, terlebih media massa. Berbagai hasil penelitian menunjukkan bahwa media massa kurang sekali keampuhannya dalam mengubah tingkah laku komunikan.

Komunikasi

Menurut Effendy (2003: 28) Dalam bahasa komunikasi, “pernyataan dinamakan pesan (*message*), orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator (*communicator*), sedangkan orang yang menerima pernyataan diberi nama komunikan (*communicate*)” untuk tegasnya, komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan.

Pengertian komunikasi dalam organisasi diungkapkan oleh Makmuri (2005: 56) bahwa :

“Komunikasi terdiri dari pengalihan informasi dari pengertian diantara berbagai bagian dan orang dalam suatu organisasi, serta berbagai cara dan media yang terlibat dalam pertukaran informasi dan pengertian tersebut”. Dari beberapa definisi yang diungkapkan diatas, maka peneliti memberikan pemahaman terkait komunikasi yaitu komunikasi yang direncanakan dan dilakukan berawal dari ide yang dipikirkan atau suatu perasaan yang dirasakan lalu diteruskan dengan menggunakan media simbol-simbol yang tepat dengan maksud untuk mempermudah pengiriman pesan (komunikator/sender) dalam menyampaikan pesan kepada objek penerima pesan (komunikan/receiver), dan penerima dapat memahami maksud dari pikiran dan simbol-simbol yang diterimanya untuk di terjemahkan dan dijadikan umpan balik.

Strategi Komunikasi

Sebuah organisasi dapat menjadi efektif apabila memiliki kerangka konsep dalam suatu yang strategis. Strategi merupakan salah satu cara untuk membantu organisasi untuk beradaptasi terhadap lingkungan dari perubahan yang terjadi. Efek positif yang dapat ditimbulkan dengan adanya sebuah strategi adalah membantu organisasi membangun kekuatan dan mengambil keuntungan dari peluang penting.

Thompson dalam Oliver (2006 : 2) mendefinisikan strategi sebagai cara untuk mencapai sebuah hasil akhir: “hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi”. Sementara itu menurut Bennet dalam Oliver (2006: 2) menggambarkan strategi sebagai arah yang dipilih organisasi untuk diikuti dalam mencapai misinya.

Menurut Effendy (2003: 301) Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dan

manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk menacapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Sedangkan Suryadi (2007: 28) berpendapat strategi komunikasi adalah sebagian dari fungsi manajemen dan proses pengambilan keputusan, yang didasarkan pada hal dalam mengidentifikasi masalah, pengumpulan data, mempertimbangkan alternatif, dan menentukan tindakan.

Menurut Ruslan (2000: 31) mengatakan strategi komunikasi adalah suatu perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan tertentu dalam praktik operasionalnya.

Sosialisasi

Sosialisasi (pemasyarakatan) adalah penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan seseorang bertindak dan bersikap sebagai anggota masyarakat yang efektif, yang menyebabkan ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif didalam masyarakat (Effendy, 2011:27).

Sosialisasi adalah menyediakan dan mengajarkan ilmu pengetahuan bagaimana orang bersikap sesuai nilai-nilai yang ada, serta bertindak sebagai anggota masyarakat secara efektif (Cangara, 2008:62).

Dari definisi di atas penulis dapat menarik kesimpulan bahwa sosialisasi adalah salah satu fungsi komunikasi yang dilakukan dalam penyampaian informasi mengenai berita, pengetahuan, informasi yang dilakukan seseorang, masyarakat, atau lembaga untuk menjelaskan tentang tujuan yang dimaksud.

Penggunaan Media/Pemilihan Media Komunikasi

Dalam Effendy (2002: 10), menuturkan bahwa strategi komunikasi bermassa dapat diklasifikasikan menjadi media massa dan media nirmassa. Media massa dapat digunakan apabila komunikasi berjumlah banyak atau bertempat tinggal jauh. Media massa yang banyak digunakan adalah surat kabar, radio, televisi.

Komunikasi Informasi

Organisasi adalah suatu kumpulan atau sistem individual yang berhierarki secara jenjang dan memiliki sistem pembagian tugas untuk menacapai tujuan tertentu.

Devito dalam Bungin (2011: 277) menjelaskan organisasi sebagai sebuah kelompok individu yang di organisasi untuk mencapai tujuan tertentu. Jumlah anggota organisasi bervariasi dari tiga atau empat sampai dengan ratusan anggota. Organisasi juga memiliki struktur formal maupun informal, organisasi memiliki tujuan umum untuk meningkatkan pendapatan, namun juga memiliki tujuan-tujuan yang spesifik yang dimiliki oleh orang-orang dalam organisasi itu. Dan untuk mencapai tujuan organisasi membuat norma aturan yang dipatuhi oleh semua anggota organisasi.

Definisi Konsepsional

Definisi konsepsional memberikan batasan terhadap pengertian atau istilah dan fenomena atau gejala yang diamati, maka definisi konsepsional Strategi Komunikasi Humas Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda dalam Penanggulangan Banjir di Samarinda adalah suatu cara atau perencanaan yang disusun oleh Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda dalam berbagai strategi dalam lingkungan internal dan eksternal organisasi, melalui proses koordinasi dalam pemberian perintah atau komunikasi organisasi yang terjalin dengan baik di lingkungan internal. Dan salah satu upaya atau cara untuk mencapai tujuan organisasi dalam hubungan antara pemerintah dengan masyarakat melalui sistem prosedur dan metode tertentu melalui berbagai perumusan strategi yang telah direncana dan dapat menjalankan berbagai kegiatan seperti mengadakan sosialisasi, penggunaan berbagai media, berbagai kegiatan rutin (penyuluhan) dan pendekatan dalam menjalankan tujuan instansi sesuai dengan visi misi organisasi, sehingga terwujud sebagai tujuan yang ingin dicapai oleh organisasi dan adanya koordinasi yang baik pula maka strategi komunikasi dapat berjalan dengan baik.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif-kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memaparkan dan bertujuan memberikan gambaran serta penjelasan dari variabel yang diteliti.

Fokus Penelitian

1. Strategi komunikasi Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda dalam penanggulangan banjir di kota Samarinda.
2. Strategi Komunikasi melalui sosialisasi
3. Strategi Komunikasi melalui penggunaan media
4. Faktor penghambat strategi komunikasi Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda dalam penanggulangan banjir di kota Samarinda.

Sumber Data

Peneliti menunjuk *key informan* yang dianggap paling tahu dan menguasai tentang apa yang penulis ingin teliti. Pengambilan informan dengan cara ini dapat disebut pula dengan cara *Purposive Sampling*. Sugiyono (2009: 52) menjelaskan bahwa *Purposive Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelaskan objek/situasi sosial yang diteliti. Dalam penelitian ini yang menjadi *key informan* adalah Kepala Bidang Pelaksanaan Jaringan Sumber Air dan *informan* lainnya adalah 1 orang admin akun *Twitter* Samarinda Update dan 2 orang lainnya adalah masyarakat yang mengetahui masalah yang di teliti. Sedangkan jenis data dalam penelitian ini adalah:

- a. Data *primer*, yaitu data yang diperoleh melalui narasumber dengan cara melakukan tanya jawab dan dipandu oleh pertanyaan yang sesuai dengan fokus penelitian yang dipersiapkan sebelumnya oleh peneliti. Narasumber yang dimaksud adalah *key informan* dan *informan*. *Key informan* dalam penelitian ini adalah Humas Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda. Sedangkan *Informan* dalam penelitian ini adalah Ketua Komunitas-Komunitas Lingkungan Hidup serta beberapa masyarakat sebagai informan guna melengkapi kebutuhan data dari penelitian ini.
- b. Data *sekunder*, yaitu data yang diperoleh melalui beberapa sumber informasi, antara lain:
 1. Dokumen-dokumen
 2. Buku-buku ilmiah, referensi yang relevan dengan penelitian yang menyangkut pada fokus penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

1. Pengamatan (*Observasi*)

Pengamatan (*observasi*) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung atau secara formal maupun informal untuk mengamati strategi komunikasi Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda dalam penanggulangan banjir di Samarinda.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik penelitian yang paling sosiologis dari semua teknik-teknik penelitian sosial. Wawancara adalah suatu kegiatan komunikasi verbal dengan tujuan mendapatkan gambaran yang menyeluruh, juga akan mendapatkan informasi yang penting. Wawancara adalah pertukaran percakapan dengan tatap muka dimana seseorang memperoleh informasi dari yang lain. Tujuan utama wawancara untuk menyajikan kontruksi saat sekarang dalam suatu konteks pribadi, peristiwa atau aktifitas, organisasi perasaan, motivasi, tanggapan, persepsi, atau bentuk kredibilitas, dan sebagainya.

3. Penelusuran Pustaka

Studi pustaka adalah suatu teknik pengumpulan data dengan mencari informasi dari data pustaka yang bisa mendukung penelitian. Data yang diperoleh dari berbagai referensi buku-buku, jurnal dan karya ilmiah serta data lainnya.

4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan berbentuk gambar, dan karya. Bentuk tulisan, seperti; catatan harian, biografi, peraturan, kebijakan, dan lainnya. Bentuk gambar, seperti; foto, dokumentasi kegiatan, gambar hidup, sketsa, dan lainnya.

Teknik Analisis Data

1. Kondensasi Data (Data Condensation)

Kondensasi data merujuk pada proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstrakkan dan mentransformasikan data yang mendekati keseluruhan bagian dari catatan-catatan lapangan yang tertulis,

transkrip wawancara, dokumen-dokumen dan meteri-materi empiris lainnya. Melalui kondensasi data, kita membuat data lebih akurat.

2. Penyajian Data (Data Display)

Menyusun informasi dengan cara tertentu sehingga memungkinkan penarikan kesimpulan atau pengambilan data ini membantu untuk memahami peristiwa yang terjadi dan mengarah pada analisis atau tindakan lebih lanjut berdasarkan pemahaman.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (Drawing and Verifying Conclusions)

Meliputi makna yang disederhanakan, disajikan dalam penyajian data dengan cara mencatat keteraturan pola penjelasan secara logis dan metodeologi, konfigurasi yang memungkinkan prediksi hubungan sebab akibat melalui hukum empiris. Sehingga data dapat diuji alasan atau keterpercayaannya, kekuatannya dan confirmability validitasnya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Dasar pembentukan Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda adalah Peraturan Daerah Kota Samarinda (PERDA) Nomor 11 Tahun 2008 pasal 38 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda.

Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda merupakan unsur staf Pemerintah Daerah yang dipimpin oleh Kepala Dinas yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Walikota Samarinda.

Visi dan Misi Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda

Visi

Visi adalah gambaran tentang masa depan ideal yang realistis dan ingin diwujudkan dalam kurun waktu tertentu (saat yang ditentukan) atau suatu kondisi ideal tentang masa depan yang realistis, dapat dipercaya, meyakinkan serta mengandung daya tarik yang diinginkan oleh organisasi. Dengan melihat gambaran diatas maka visi dari Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda adalah : “Tersediannya infrastruktur perkotaan yang berkualitas, bermanfaat, berkelanjutan dan berwawasan lingkungan menunjang Kota Samarinda menuju Kota Metropolitan Tahun 2015.

Penjelasan dari kata kunci “visi: adalah sebagai berikut:

- a. Tersediannya infrastruktur jaringan drainase perkotaan memberikan outcome (hasil) kepada kelancaran aliran permukaan yang berdampak pada terkendalinya genangan (banjir) terdiri dari cakupan luas, tinggi dan periode waktunya.
- b. Pembangunan berkelanjutan yang berwawasan lingkungan menggambarkan bahwa pembangunan dilakukan bertahap, berkesinambungan dan hijau, turut serta dalam mewujudkan *Samarinda Hijau* atau *Kaltim Green*.
- c. Tersediannya infrastruktur jaringan irigasi persawahan memberikan outcome (hasil) kepada penyediaan air persawahan, berdampak pada peningkatan hasil-

hasil pertanian dalam menunjang ketahanan pangan daerah dan usaha pertanian lainnya.

Misi

Misi lebih tajam dan lebih detail jika dibandingkan visi, mencerminkan tentang pelayanan yang ditawarkan kemasyarakatan dan menjelaskan bahwa mengapa organisasi perlu eksistensi dan bermakna yang akan datang. Jadi misi merupakan pondasi penyusunan perencanaan strategis yang menunjukkan pentingnya organisasi serta menjelaskan kepedulian Organisasi terhadap kepentingan masyarakat dan dapat mengundang partisipasi masyarakat dalam perkembangannya. Misi dari Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda adalah :

- a. Membangun SDM yang handal dan profesional.
- b. Mewujudkan organisasi yang efisien, dengan tata laksana yang efektif dalam koridor Good Governance.
- c. Mewujudkan pengendalian genangan (banjir) secara tuntas dan menyeluruh.
- d. Penanggulangan masalah banjir secara tuntas dan menyeluruh.
- e. Pemantapan keuangan daerah dan pembiayaan pembangunan.

Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda

Tugas Pokok

Menurut PERDA Nomor 11 Tahun 2008 Pasal 38 Dinas Pekerjaan Umum mempunyai tugas pokok melaksanakan urusan pemerintahan daerah di bidang pekerjaan umum, bidang perumahan, bidang penataan ruang dan bidang lingkungan hidup melalui perumusan kebijakan teknis, pembinaan, fasilitasi dan pelaksanaan kegiatan bina marga, sumber daya air, cipta karya, tata ruang dan tata perkotaan, air bersih, sanitasi dan drainase, pertamanan, persampahan serta pembinaan jasa konstruksi serta tugas lain.

Fungsi

1. Perumusan kebijakan teknis dan pelaksanaan pembinaan kegiatan bina marga, sumber daya air, cipta karya, tata ruang dan tata kota, pertamanan dan persampahan serta jasa konstruksi berdasarkan kebijakan umum yang ditetapkan oleh bupati sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku
2. Pelaksanaan, fasilitasi, pembinaan dan evaluasi penyelenggaraan kegiatan bina marga
3. Pelaksanaan, fasilitasi, pembinaan dan evaluasi penyelenggaraan kegiatan sumber daya air
4. Pelaksanaan, fasilitasi, pembinaan dan evaluasi penyelenggaraan kegiatan cipta karya, yang mencakup bangunan gedung, air bersih, drainase dan sanitasi
5. Pelaksanaan, fasilitasi, pembinaan dan evaluasi penyelenggaraan kegiatan tata ruang dan tata perkotaan, yang mencakup pengendalian pembangunan fasilitas di wilayah perkotaan, pembangunan dan pemeliharaan pertamanan dan pengelolaan persampahan

6. Pelaksanaan, fasilitasi, pembinaan dan evaluasi penyelenggaraan pembinaan jasa konstruksi
7. Pelaksanaan dan evaluasi penyelenggaraan kegiatan unit pelaksana teknis dinas
8. Pengelolaan urusan kesekretariatan yang mencakup ketatalaksanaan perkantoran, perlengkapan, kepegawaian, program pembangunan, keuangan dan pelaporan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Komunikasi Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda

Penjelasan yang dipaparkan berikut sesuai dengan hasil pengumpulan data dilapangan dengan menjabarkan beberapa strategi komunikasi Dinas Pekerjaan Umum Samarinda melalui berbagai proses komunikasi dalam penanggulangan banjir di Kota Samarinda.

Untuk mencapai tujuan strategi komunikasi dalam “penanggulangan banjir” maka Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda perlu dukungan suatu strategi komunikasi yang efektif agar hal-hal yang disampaikan dalam rangka penanggulangan banjir di Kota Samarinda ini dapat berjalan dengan baik pada semua khalayak. Seperti yang dikemukakan dalam fokus penelitian, berikut ini strategi komunikasi Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda dalam penanggulangan banjir di Samarinda yaitu:

1. Strategi komunikasi melalui sosialisasi
2. Strategi komunikasi melalui penggunaan media

Strategi Komunikasi Melalui Sosialisasi

Sosialisasi merupakan salah satu strategi yang digunakan Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda untuk memberikan pengetahuan dan mengarahkan agar masyarakat lebih peduli terhadap lingkungan. Pada bagian ini akan diketahui seperti apa strategi komunikasi yang dilakukan Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda untuk mengetahui tentang penanggulangan banjir melalui sosialisasi yang dilakukan.

Strategi komunikasi Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda dalam rangka mengadakan sosialisasi kepada masyarakat disusun agar dapat di ketahui oleh masyarakat kota Samarinda khususnya Untuk mencapai target di atas maka Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda melakukan berbagai aktivitas sosialisasi secara langsung kepada komunitas-komunitas peduli lingkungan dan masyarakat kota Samarinda dan seluruh unsur yang berhubungan dengan penanggulangan bencana banjir

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitiandan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda telah melaksanakan berbagai strategi komunikasi dalam Penanggulangan banjir di kota Samarinda adalah sebagai berikut :

1. Strategi komunikasi yang direncanakan oleh Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda telah dilaksanakan melalui beberapa tahap seperti strategi komunikasi melalui :
 - a. Sosialisasi merupakan kegiatan yang tidak hanya menyampaikan informasi bencana banjir secara umum, tetapi juga menyampaikan, menginformasikan, mengembangkan serta mengarahkan masyarakat akan pentingnya penanggulangan banjir. Dimana kegiatan yang dilakukan tujuannya untuk memberikan bimbingan dan pendekatan serta membentuk pemahaman dan memberikan masukan kepada masyarakat.
 - b. Penggunaan media merupakan strategi komunikasi yang juga digunakan dalam hal ini berupa media massa melalui media televisi, radio, surat kabar (koran), dan media baru internet (*website*) yang digunakan sebagai jembatan komunikasi untuk menyampaikan pesan dari Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda kepada komunitas-komunitas lingkungan hidup.
 - c. Penyuluhan merupakan strategi komunikasi humas Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda dengan mengadakan berbagai penyuluhan dan merupakan agenda penting yang diadakan dalam.
2. Dalam penanggulangan banjir di kota Samarinda ada beberapa faktor pendukung dan penghambat.
 - a. Faktor pendukung dalam program penanggulangan banjir oleh Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda seperti komitmen yang dilakukan pemerintah daerah dengan pemerintah kota dalam penganggaran untuk penanggulangan banjir baik berupa fisik maupun dampak sosial, selain itu tersediannya sarana dan prasarana yang mendukung serta sumber daya manusia yang berkompeten, berkualitas dan memiliki kapasitas sesuai bidang keahlian Masing-masing.
 - b. Faktor penghambat dalam program penanggulangan banjir oleh Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda ialah keterbatasan pendanaan, Anggaran pendapatan dan belanja daerah (APBD) dari Pemerintah Kota Samarinda yang di berikan kepada Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda, Selain itu pembebasan lahan yang digunakan untuk tempat daerah resapan air masih terkendala dengan si pemilik lahan, Partisipasi masyarakat khususnya daerah Antasari bisa dikatakan tergolong pasif hal ini bisa kita lihat dengan masih banyaknya masyarakat yang membung sampah di jalan-jalan, saluran drainase dan sungai yang berakibat pada pencemaran lingkungan.

Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah dijabarkan penulis maka saran dan masukan dalam melaksanakan strategi komunikasi Humas Dinas Pekerjaan Umum dalam penanggulangan banjir di kota Samarinda :

1. Dalam menyusun strategi komunikasi sebaiknya Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda perlu perhatian melihat sistem atau pesan-pesan yang disampaikan kurang menyentuh masyarakat Samarinda. Hal ini dapat kita lihat bahwa masih

- kurangnya kesadaran untuk menyadari pentingnya menjaga kebersihan lingkungan.
2. Untuk strategi komunikasi Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda dalam penanggulangan banjir di Kota Samarinda diharapkan mampu lebih optimal, dalam hal ini yang dimaksud dengan optimal ialah bahwa dinas pekerjaan umum mampu menjalankan tugas dan fungsinya dengan lebih baik agar dalam pelaksanaan penanggulangan banjir dapat memberikan manfaat bagi masyarakat melalui *Special Event*.
 3. Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda sebagai Instansi Pemerintahan harus memiliki tenaga kerja yang mempunyai keahlian pada bagian yang lebih baik lagi agar penyampaian informasi melalui berbagai saluran media serta penyuluhan dapat terlaksana dengan baik sehingga pesan-pesan dapat dimengerti oleh masyarakat kota Samarinda.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. 1994. *Strategi Komunikasi, Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: CV. ARMICO.
- Ayatrohaedi, 1986. *Kepribadian Budaya Bangsa (Local Genius)*. Jakarta : Dunia Pustaka Jaya.
- Bungin, Burhan. 2011. *Sosiologi Komunikasi teori, paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. 2003. *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Revisi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Effendi, Onong Uchjana *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, Bandung: Alumni, 1981
- Effendy, Onong Uchjana. 1987. *Peranan Komunikasi Massa Dalam Pembangunan*, Yogyakarta: Gadjah Mada University
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- . 2011. *Ilmu Komunikasi Toeri dan Praktek*. Bandung: PT Aditya Bakti.
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Graham Ilmu.
- Harun, Rochajat. 2008. *Komunikasi Organisasi*. Bandung: CV Mandar Maju.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT. Kencana PERNADA Media Group.
- Kasmir, 2005. *Etika Customer Service*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Keraff, Sony. 2002. *Etika Lingkungan*. Jakarta: Gramedia.
- Muhammad, Arni. 2005. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Miles, Metthew B. A Michael Huberman and Johnny Saldana. 2014. *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Third Edition*. Sage Publications, inc.
- Moleong, Lexy. J. 2004. *Metode Peneletian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

- Nababan, A. 2003. *Pengelolaan Sumberdaya Alam Berbasis Masyarakat Adat. Pelatihan Pengelolaan Lingkungan Hidup Daerah*. Bogor: Pusat Penelitian Lingkungan Hidup IPB.
- Oliver, Sandra. 2006. *Strategi Public Relation*. Jakarta: Penerbit Aksara..
- Sugiyono. 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Soemirat, Saleh dkk. 1999. *Komunikasi Organisasi*. Makassar: Universitas Terbuka.
- Suryadi. 2007. *Strategi Mengelola Public Relation Organisasi*. Jakarta: EDSA Mahkota.
- Stoner, James A. F. 1989. *Management, Jilid I Edisi II (Terjemahan)*. Jakarta: Erlangga.
- Widjaja, HAW. 2000. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: Rineka Cipta
- Ardika Putra, Yuda. 2016. *Strategi Komunikasi Efektif Customer Servis PT Federal International Finance Dalam Memberikan Informasi dan Pelayanan Pembiayaan Motor Bekas Pada Konsumen Di Bontang*. Skripsi. FISIP, Ilmu Komunikasi, Universitas Mulawarman Samarinda.

Sumber Internet

Admin. 2 April 2014. <http://www.kaltimprov.go.id/berita-awang-banjir-samarinda-pasti-bisa-dikendalikan.html>

A.C.S. Juli 2013. <http://communicationdomain.wordpress.com/2010/12/17/definisi-komunikasi-massa/.html>

Dokumen

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2004 Tentang sistem perencanaan pembangunan nasional (SPPN).

Peraturan Walikota (PERWALI) nomor 28 tahun 2008 Tentang Penjabaran Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Struktur Organisasi Dinas Pekerjaan Umum Kota Samarinda.

Pemerintah Kota Samarinda, Dinas Pekerjaan Umum. Perencanaan Strategik (RENSTRA) priode 2011-2015. Samarinda.go.id.