

Peran Dinas Pemadam Kebakaran Dalam Mensosialisasikan Bahaya dan Pencegahan Kebakaran di Kota Samarinda

Muhammad Riduansyah,¹ Endang Erawan,² Annisa Wahyuni Arsyad³

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan dan menganalisis Peran Dinas Pemadam Kebakaran dalam mensosialisasikan bahaya dan pencegahan kebakaran di kota Samarinda. Kemudian menggunakan teori S-M-C-R sebagai pedoman peneliti dalam mengkaji peran Dinas Pemadam Kebakaran dalam mensosialisasikan bahaya dan pencegahan kebakaran di kota Samarinda.

Pengumpulan data dilakukan dengan Field Work Research, yaitu penelitian langsung kelapangan dengan cara (a) observasi atau pengamatan langsung ke lapangan dilakukan untuk mendapatkan dan mengumpulkan data-data valid tentang kegiatan dan tindakan yang berkaitan dengan peran Dinas Pemadam Kebakaran (b) wawancara secara langsung dengan Key Informan (c) dokumentasi yaitu pengumpulan yang dilakukan untuk mendapatkan data sekunder dengan berupa dokumen, foto, rekaman suara yang relevan dengan penelitian ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran dinas pemadam kebakaran dalam mensosialisasikan bahaya dan pencegahan kebakaran di kota samarinda sebagai komunikator melalui komunikasi tatap muka (face to face) merupakan salah satu cara komunikasi yang paling efektif Dinas Pemadam Kebakaran dalam melakukan sosialisasi berupa penyuluhan karena Dinas Pemadam Kebakaran sebagai komunikator bisa langsung berkomunikasi dengan sasaran penyuluhan dan mengetahui respon dari komunikan secara langsung.

Kata Kunci : *Peran, Dinas Pemadam Kebakaran, Sosialisasi.*

Pendahuluan

Kebakaran merupakan salah satu kejadian yang tidak diinginkan oleh setiap manusia. Kejadian ini kerap terjadi baik karena faktor lingkungan atau kelalaian masyarakat. Kebakaran dapat mengakibatkan suatu kerugian yang sangat besar baik kerugian materil dan immateriil. Sebagai contoh kerugian nyawa, harta dan terhentinya proses atau jalannya suatu produksi/aktivitas, jika tidak di tangani dengan segera, maka akan berdampak bagi penghuninya.

Bencana yang sering terjadi di Indonesia khususnya di Kota Samarinda adalah bencana kebakaran. Bencana kebakaran digolongkan menjadi 2 jenis

¹ Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,

² Dosen Pembimbing I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

³ Dosen Pembimbing II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Email: muhammad.riduan14@gmail.com

yaitu kebakaran hutan dan lahan serta kebakaran gedung dan pemukiman. Bencana kebakaran gedung dan pemukiman di Kota Samarinda berdasarkan data dari Dinas Pemadam Kebakaran Kota Samarinda pada tahun 2015 jumlah kebakaran yang terjadi di Kota Samarinda sebanyak 294 kali, jumlah objek yang terbakar sendiri kurang lebih sebanyak 789. Begitu pula sepanjang tahun 2016 tercatat 187 kali kejadian kebakaran dan mengenai jumlah yang terbakar meningkat kurang lebih sebanyak 838 objek dan di tahun 2017 tercatat 120 kali kejadian kebakaran dan mengenai jumlah objek yang terbakar sendiri kurang lebih sebanyak 296. (Sumber: Dinas Pemadam Kebakaran Kota Samarinda)

Kerangka Dasar Teori

Teori Model S-M-C-R

Rumus S-M-C-R adalah singkatan dari istilah-istilah 5 singkatan dari Source yang berarti sumber atau komunikator, M singkatan dari *Message* yang berarti pesan, C singkatan dari *Channel* yang berarti saluran atau media, sedangkan R singkatan dari *Receiver* yang berarti penerima atau komunikan Effendy (2003:256). Menurut model ini, sumber dan penerima dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut: kemampuan berkomunikasi, perilaku, pengetahuan, sistem sosial, dan budaya. Pesan merupakan perluasan yang berdasarkan elemen, struktur, isi, pemeliharaan, dan kode. Dan saluran adalah panca indera manusia.

Source (sumber)

Semua peristiwa komunikasi akan melihatkan sumber sebagai membuat atau mengirim informasi.

Message (pesan)

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang dikirimkan pengirim kepada penerima.

Channel (media)

Media yang dimaksud disini ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima.

Receiver (penerima)

Penerima adalah orang yang menerima pesan dari sumber.

Peran

Thoha (2007:51) menjelaskan bahwa peran merupakan tindakan atau perilaku yang dilakukan oleh seseorang yang menempati suatu posisi di dalam status sosial, dimana syarat-syarat peran mencakup 3 (tiga) hal, yaitu:

- a. Peran meliputi norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat.

- b. Peran adalah suatu konsep perilaku apa yang dapat dilaksanakan oleh individu-individu dalam masyarakat sebagai organisasi.
- c. Peran adalah suatu rangkaian yang teratur yang ditimbulkan karena suatu jabatan. Manusia sebagai makhluk sosial memiliki kecenderungan untuk hidup berkelompok.

Sosialisasi

Menurut Sosialisasi merupakan suatu proses/mekanisme untuk mengembangkan suatu hal dan tujuan tertentu. Berbagai teknik digunakan dalam dalam proses sosialisasi seperti penggunaan bahasa tertentu yang dipahami oleh para anggota organisasi/lembaga, pengenalan dan penggunaan jargon-jargon tertentu, memahami dan turut serta dalam berbagai kegiatan organisasi. Jika proses sosialisasi berlangsung dengan baik, perwujudannya akan terlihat dalam tindakan, sikap, sistem nilai yang dianut dan perilaku yang bersangkutan.

Tipe Sosialisasi

Setiap kelompok masyarakat mempunyai standar dan nilai yang berbeda. Perbedaan standar dan nilai pun tidak terlepas dari tipe sosialisasi yang ada. Ada dua tipe sosialisasi, yaitu:

- a. Formal
- b. Informal

Tujuan Sosialisasi

Sosialisasi merupakan bagian dari publikasi dan memiliki kemiripan dengan promosi. Promosi sering dihubungkan dengan penjualan, tetapi kenyataannya promosi mempunyai arti yang luas. Promosi dapat diartikan sebagai setiap aktivitas yang ditujukan untuk memberitahukan, membujuk atau mempengaruhi masyarakat untuk tetap menggunakan produk dan jasa yang dihasilkan (Assauri 2007;12). Dalam kaitannya dengan organisasi, kegiatan promosi yang dimaksud adalah suatu proses memberitahukan dan mempengaruhi masyarakat untuk selalu memanfaatkan jasa-jasa yang ditawarkan oleh organisasi.

Proses Sosialisasi

Sosialisasi adalah proses yang memungkinkan seseorang belajar tentang sikap-sikap, nilai-nilai, tindakan-tindakan yang dianggap tepat oleh suatu masyarakat atau oleh satu kebudayaan tertentu. Proses sosialisasi memungkinkan orang berfikir sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku bagi masyarakat sehingga terhindar dari perilaku sosial. Perilaku sosial adalah perilaku yang bertentangan dengan nilai dan norma masyarakat. Hal-hal yang di sosialisasikan dalam proses sosialisasi adalah pengetahuan nilai dan norma serta keterampilan hidup.

Peran Komunikator Dalam Proses Sosialisasi

Di dalam kegiatan komunikasi, ketika komunikator berkomunikasi, yang berpengaruh bukan saja apa yang ia katakan, tetapi juga keadaan dirinya sendiri. *“He doesn’t communicate what he says, he communicates what he is”*. (Komunikator tidak dapat menyuruh pendengar hanya memperhatikan apa yang ia katakan, melainkan pendengar juga akan memperhatikan siapa yang mengatakan. (Karena kadang-kadang siapa lebih penting dari apa)

a) Komunikasi Langsung (*Face to face Communication*)

Dikatakan *face to face* karena ketika komunikasi berlangsung, komunikator dan komunikan saling berhadapan dan melihat. Dalam komunikasi ini, komunikator dapat melihat dan mengkaji diri si komunikan secara langsung. Komunikator dapat mengetahui efek komunikasinya secara langsung pada saat itu juga artinya respon atau tanggapan komunikan itu tersalurkan langsung kepada komunikan (Effendy, 2003:302). Sehingga komunikasi jenis ini dapat dikatakan efektif dan efisien dalam menyampaikan pesan persuasif untuk mengubah sikap, pendapat dan perilaku seseorang. Komunikasi ini diantaranya adalah ceramah, penyuluhan, seminar (Vardiansyah, 2004).

b) Komunikasi Bermedia (*Mediated Communication*)

Komunikasi bermedia pada umumnya banyak digunakan untuk komunikasi informatif, karena tidak begitu ampuh untuk mengubah tingkah laku. Lebih-lebih media massa. Berbagai hasil penelitian menunjukkan tingkah laku komunikan. Walaupun demikian, tetap ada untung ruginya. Kelemahan komunikasi bermedia adalah tidak persuasif, sebaliknya kekuatannya dapat mencapai komunikan dalam jumlah yang besar. Komunikasi tatap muka kekuatannya adalah dalam hal mengubah tingkah laku komunikan, tetapi kelemahannya adalah bahwa komunikan yang dapat diubah tingkah lakunya itu relatif hanya sedikit saja, sejauh bisa berdialog dengannya (Effendy, 2003:303).

c) Media Komunikasi

Media komunikasi adalah suatu sarana atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada publik. Media mendominasi dalam berkomunikasi yaitu panca indera manusia seperti telinga dan mata. Media juga adalah jendela yang sangat mungkin kita untuk bisa melihat lingkungan yang lebih jauh, sebagai tafsiran yang bisa membantuk memahami pengalaman, sebagai landasan penyampai informasi, sebagai komunikasi interaktif yang mencakup pendapat audien, suatu pemberi tanda intruksi atau petunjuk, sebagai penyaring atau pembagi pengalaman dan fokus terhaap orang lain, cermin yang memberikan refleksi diri dan penghalang yang menutup kebenaran.

Ethos atau faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas komunikator terdiri dari kredibilitas, atraksi, dan kekuasaan. Ketiga dimensi ini berhubungan dengan jenis pengaruh sosial yang ditimbulkannya. Ethos diartikan sebagai

sumber kepercayaan (*source credibility*) yang ditunjukkan oleh seorang orator (komunikator) bahwa ia memang pakar dalam bidangnya. Seorang komunikator yang handal, mau tidak mau harus melengkapi dirinya dengan dimensi ethos ini yang memungkinkan orang lain menjadi percaya. Ethos terdiri dari pikiran baik, akhlak yang baik, dan maksud yang baik (*good sense, good moral character, good will*).

Secara teoretik, ethos bukanlah variabel tunggal, melainkan ethos memiliki atau terdiri dari beberapa dimensi, yaitu kredibilitas, atraksi, dan kekuasaan. Satu sama lain bisa berdiri sendiri, tetapi pada suatu “saat” mungkin akan menyatu. Artinya, seseorang memiliki ethos yang terdeskripsikan pada kredibilitas, atraksi, dan kekuasaan.

Dimensi ethos atau faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas komunikator, yaitu:

1. Kredibilitas
2. Atraksi
3. Kekuasaan

Komunikasi

Kehidupan manusia di dunia tidak dapat dilepaskan dari aktivitas komunikasi karena komunikasi merupakan bagian integral dari sistem dan tatanan kehidupan sosial manusia atau masyarakat. Komunikasi sudah menjadi bagian dari kegiatan sehari-hari. Jarang disadari bahwa pada prinsipnya tidak seorang pun dapat melepaskan dirinya dari aktivitas komunikasi. Menurut Suprpto (2011:3) Komunikasi memegang peranan yang sangat penting dalam kaitannya dengan pembentukan masyarakat. Dalam fenomena ini, manusia terlibat dalam kegiatan komunikasi dalam kehidupan sosial, sehingga manusia dapat saling berdekatan dalam suatu komunitas.

Tujuan Komunikasi

Komunikasi itu sendiri memiliki empat tujuan. Adapun tujuan dari komunikasi itu sendiri menurut Fajar (2009:60), ialah:

1. Perubahan Sikap (*attitude change*)
Seorang komunikan setelah menerima pesan kemudian sikapnya berubah, baik positif maupun negatif. Dalam berbagai situasi kita berusaha mempengaruhi sikap orang lain dan berusaha agar orang lain bersikap positif sesuai keinginan kita.
2. Perubahan Pendapat (*opinion change*)
Dalam komunikasi berusaha menciptakan pemahaman. Pemahaman, ialah kemampuan memahami pesan secara cermat sebagaimana dimaksudkan oleh komunikator.
3. Perubahan Perilaku (*behavior change*)
Komunikasi bertujuan untuk mengubah perilaku maupun tindakan seseorang.

4. Perubahan Sosial (*social change*)

Membangun dan memelihara ikatan hubungan dengan orang lain sehingga menjadi hubungan yang makin baik.

Fungsi Komunikasi

Pada dasarnya fungsi komunikasi adalah untuk menyampaikan suatu informasi atau pesan kepada orang lain. Salah satu definisi dari fungsi komunikasi yang paling lengkap dikemukakan oleh William I. Gordon. Menurut Gordon (dalam Deddy Mulyana, 2007:5), fungsi komunikasi dibagi menjadi empat kategori, yaitu:

a. Sebagai Komunikasi Sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial adalah untuk bersosialisasi.

b. Sebagai Komunikasi Ekspresif

Komunikasi Ekspresif berfungsi untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita.

c. Sebagai Komunikasi Ritual

Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *rites of passage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, siraman, pernikahan, dan lain-lain.

d. Sebagai Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum yaitu menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, menggerakkan tindakan dan juga menghibur.

Penyuluhan

Secara harafiah, penyuluhan berasal dari kata suluh yang berarti obor, dalam arti kata mampu memberi penerangan, dari keadaan yang gelap menjadi terang. Dari asal perkataan tersebut dapat diartikan bahwa penyuluhan dimaksudkan untuk memberi penerangan ataupun penjelasan kepada mereka yang disuluh, agar tidak lagi berada dalam kegelapan mengenai suatu masalah tertentu. Penyuluhan merupakan jenis khusus pendidikan pemecahan masalah (*problem solving*) yang berorientasi pada tindakan, mengajarkan, mendemonstrasikan dan memotivasi sesuatu (Nasution, 2002:11).

Definisi konsepsional

Penelitian ini merupakan salah satu cara untuk mengetahui seperti apa peran Dinas Pemadam Kebakaran dalam mensosialisasikan bahaya dan pencegahan kebakaran di Kota Samarinda. Untuk mengetahuinya maka perlu di lihat dulu unsur-unsur yang bisa membuat suatu peran itu dapat berhasil dan terlihat. Jika dikaitkan dengan teori yang digunakan peneliti yaitu S-M-C-R, maka usaha untuk sosialisasi dapat lebih terstruktur dan memberikan hasil,

apabila dalam sebuah sosialisasi melibatkan orang atau kelompok sebagai pemberi informasi yang berupa pesan-pesan melalui saluran seperti media cetak & elektronik, dengan harapan mampu memberikan efek pada komunikan atau penerima pesan. Peran sebagai Komunikator melalui sosialisasi yang meliputi Komunikasi Tatap Muka dan Media akan memiliki arti yang sangat penting dalam proses sosialisasi.

Metode penelitian

Jenis penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian deskriptif kualitatif.

Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam sebuah penelitian dimaksudkan untuk membatasi studi, sehingga dengan pembatasan studi tersebut akan mempermudah dalam pengolahan data yang kemudian menjadi sebuah kesimpulan. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti menentukan fokus penelitian ini yaitu pemahaman atas gambaran menyeluruh tentang Peran Dinas Pemadam Kebakaran Dalam Mensosialisasikan Bahaya dan Pencegahan Kebakaran di Kota Samarinda, yang meliputi:

1. Komunikasi Tatap Muka
2. Media

Jenis dan Sumber Data

Sumber data ada dua jenis yaitu:

1. Sumber Data Primer

Data primer diperoleh secara langsung dari sumber asli, sebagai berikut :

- a. *Key informan* (Informasi Kunci) yaitu bapak Akhmad Supriyanto, SE., M.Si selaku kepala seksi kesiapsiagaan dan komunikasi
- b. Informannya yaitu Polly Rachman, SE selaku koordinator lapangan x damkar
- c. Informan lainnya yaitu Hadriyanto, SE selaku staff damkar

2. Sumber Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh melalui sumber informasi antara lain :

- a. Melalui dokumen -dokumen atau arsip, laporan dan lain-lain
- b. Melalui buku-buku

Teknik Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan datanya yaitu dengan menggunakan : Penelitian Lapangan (*Field Work Research*), darinya peneliti langsung mengadakan penelitian kelapangan dengan mempergunakan beberapa cara yaitu :

- a. *Observasi*.
- b. Wawancara mendalam (*Interview*).
- c. Dokumentasi

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data kualitatif terdiri dari 3 komponen, antara lain:

1. Pengumpulan data.
2. Reduksi data.
3. Penyajian data.
4. Penarikan kesimpulan dan verifikasi

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Gambaran Umum Penelitian

Dinas Pemadam Kebakaran Kota Samarinda berawal daripada gabungan antara Pemerintah Daerah dan Swasta di bawah naungan Kantor Pekerjaan Umum (PU) Daerah Istimewa Kutai. Sejak tahun 1958 Kantor Dinas Pemadam Kebakaran Kota Samarinda masih merupakan Badan Organisasi Kebakaran dan pada tahun 1961, Badan Organisasi Kebakaran diambil oleh Dinas Pekerjaan Umum (DPU) Kotamadya Samarinda yang diberi nama Kantor Unit Barisan Pencegah Kebakaran. Dan pada Tahun 1974 Perda No. 02 Tahun 1974 yang mana Perda tersebut merubah Kantor Unit Barisan Pencegah Kebakaran menjadi Kantor Pencegah Kebakaran Kotamadya Samarinda.

Pada bulan Juli 2011 Badan Penanggulangan Bencana dan Pemadam Kebakaran (BPBPK) kembali mengalami perubahan yaitu Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Kota Samarinda sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Samarinda Nomor 10 Tahun 2011 Tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Samarinda Nomor 12 Tahun 2008 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Inspektorat, Badan Perencanaan Pembangunan Daerah dan Lembaga Teknis Daerah Kota Samarinda, yang diundangkan di Samarinda pada tanggal 28 Juni 2011.

Pada bulan Januari 2017 kembali mengalami perubahan yaitu Dinas Pemadam Kebakaran berpisah dengan Badan Penanggulangan Bencana Daerah berdasarkan Peraturan Daerah Kota Samarinda Nomor 4 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Dinas Pemadam Kebakaran Tipe B menyelenggarakan urusan Pemerintahan Bidang Ketenteraman dan Ketertiban Umum Sub Urusan Kebakaran.

Hasil Penelitian

Peran Sebagai Komunikator

Peran Dinas Pemadam Kebakaran sebagai komunikator dalam sosialisasi sangatlah penting karena sebagai pelaksana yang menyampaikan pesan atau berita. Dalam penelitian ini Dinas Pemadam Kebakaran menempatkan dirinya sebagai komunikator, baik kegiatan yang diselenggarakan seperti penyuluhan dan juga sebagai narasumber bagi masyarakat. Adapun kriteria khusus yang harus dimiliki oleh Dinas Pemadam Kebakaran dalam melakukan sosialisasi adalah memiliki kemampuan komunikasi yang baik dalam proses Komunikasi Tatap Muka.

Komunikasi Tatap Muka

Komunikasi tatap muka (*face to face*) merupakan salah satu cara komunikasi yang cukup efektif dirasakan oleh Dinas Pemadam Kebakaran dalam kegiatan seperti penyuluhan karena komunikator bisa langsung berkomunikasi dengan sasaran penyuluhan.

Media

Dalam memperkenalkan Bahaya dan Pencegahan Kebakaran ke masyarakat luas selain melalui penyuluhan, sosialisasi juga dilakukan melalui media. Pihak Dinas Pemadam Kebakaran bekerja sama dengan media cetak dan media elektronik. Media cetak sendiri menggunakan media berupa Koran, Baliho dan Brosur untuk mendukung sosialisasi. Sedangkan untuk media elektronik menggunakan media televisi. Selain dengan menggunakan media tersebut, media website juga mendukung sosialisasi melalui website resmi Dinas Pemadam Kebakaran Kota Samarinda.

Pembahasan

Peran Sebagai Komunikator

Menurut Berlo (Mulyana, 2007:162) mengemukakan bahwa sumber adalah pihak yang menciptakan pesan, baik seseorang ataupun kelompok. Dalam hal ini Dinas Pemadam Kebakaran berperan sebagai komunikator dalam mensosialisasikan Bahaya dan Pencegahan Kebakaran di Kota Samarinda kepada masyarakat luas yang sebagai komunikannya. Menurut Berlo dalam Teori Model S-M-C-R, *source* dan *receiver* dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti : keterampilan berkomunikasi, tindakan yang diambil, luas pengetahuan, sistem sosial dan kebudayaan lingkungan sekitar. Dan dari hasil penelitian diketahui bahwa Dinas Pemadam Kebakaran diharuskan memiliki kemampuan komunikasi yang baik, baik pesan bersifat informative maupun persuasif.

Komunikasi Tatap Muka

Komunikasi merupakan sebuah proses yang bersifat sosial dan selalu menyertai kehidupan manusia dalam hal menunjukkan eksistensinya dimanapun

ia berada. Komunikasi akan menemukan bentuknya secara lebih baik, di saat ia menggunakan bahasa sebagai alat penyampai pesan kepada lawan bicara. Dalam komunikasi ini, komunikator dapat melihat dan mengkaji diri si komunikasikan secara langsung. Komunikator dapat mengetahui efek komunikasinya secara langsung pada saat itu juga artinya respon atau tanggapan komunikasikan itu tersalurkan langsung kepada komunikasikan (Effendy, 2003:302).

Media

Dalam memperkenalkan Bahaya dan Pencegahan Kebakaran ke masyarakat luas selain melalui penyuluhan, sosialisasi juga menggunakan media. Pihak Dinas Pemadam Kebakaran bekerja sama dengan media cetak dan media elektronik. Untuk media cetak menggunakan media berupa Koran, Baliho, dan Brosur untuk mendukung sosialisasi. Sedangkan untuk media elektronik menggunakan media televisi. Selain dengan menggunakan media tersebut, digunakan juga media website Dinas Pemadam Kebakaran Kota Samarinda.

Penutup

Kesimpulan

1. Peran Dinas Pemadam Kebakaran dalam Mensosialisasikan Bahaya dan Pencegahan Kebakaran di Kota Samarinda sebagai komunikasikan melalui komunikasi tatap muka (*face to face*) merupakan salah satu cara komunikasi yang paling efektif Dinas Pemadam Kebakaran dalam melakukan sosialisasi berupa penyuluhan karena Dinas Pemadam Kebakaran sebagai komunikasikan bisa langsung berkomunikasi dengan sasaran penyuluhan dan mengetahui respon dari komunikasikan secara langsung.
2. Dalam mensosialisasikan Bahaya dan Pencegahan Kebakaran ke masyarakat luas selain melalui penyuluhan, sosialisasi juga menggunakan media. Media yang digunakan berupa Media Cetak (Koran, Baliho dan Brosur), Media Elektronik (Televisi) serta melalui Media Website. Keseluruhan media tersebut digunakan untuk mendukung kegiatan penyuluhan yang dilakukan secara *face to facedan* media tersebut efektif digunakan untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas agar bisa mendapatkan informasi mengenai kebakaran, salah satunya tentang Bahaya dan Pencegahan Kebakaran.

Saran

1. Sebaiknya dalam melakukan sosialisasi, Dinas Pemadam Kebakaran lebih memberikan pemahaman kepada masyarakat agar dapat merubah pola pikir masing – masing individu mengenai bahaya dan pencegahan kebakaran dan lebih mengutamakan keselamatan dan evakuasi apabila terjadi kebakaran.

2. Sebaiknya lebih ditingkatkan sosialisasi mengenai bahaya dan pencegahan kebakaran agar masyarakat lebih mementingkan akan adanya bahaya dan pecegahan kebakaran di lingkungan sekitar rumah mereka.
3. Sebaiknya lebih ditingkatkan kerjasama dengan pihak BPBD, Pertamina, PLN dan Balakarcarna agar bisa terciptanya kerjasama yang baik dan solid untuk menanggulangi bahaya dan pencegahan kebakaran agar penanganan bencana kebakaran diatasi dengan cepat dan kondusif di Kota Samarinda.

Daftar Pustaka

- Assauri, Sopjan., 2007., *Manajemen Pemasaran.*, Rajawali Pers., Jakarta.
- Bungin, Burhan. 2001. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Jakarta : PT. Raja Grafindo.
- Effendy, Onong Uchjana., 2003, *Teori dan Praktek Komunikasi.*, PT Remaja Rosda Karya., Bandung.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori & Praktik*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Ishak, Aswat., dan Ayatullah., 2003., *Komunikasi dan Organisasi*, UPFE UMY., Yogyakarta.
- Drs. Jalaludin Rakhmat, M.Sc.2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung. PT. RemajaRosdakarya.
- Juwita, K . 2007 . *Evaluasi Sistem dan Penanggulangan Kebakaran Pada Gedung Fakultas Ilmu Keperawatan Universitas Indonesia Kampus Depok*, tahun 2007, [Skripsi] .
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Tekhnik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : PT. Kencana Perdana Media Group.
- Nasution, Zulkarinen. 2002. *Komunikasi Pembangunan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Robbins, Stephan P., 2001., *Perilaku Organisasi*, edisi 8., Prentice Hall, Jakarta.
- Soekanto, Soerjono, 2002., *Sosiologi.*, PT RajaGrafindo Persada., Jakarta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Suprpto, Tommy. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Peran Manajemen dalam Komunikasi*. Yogyakarta : CAPS.
- Sutaryo, 2005, *Sosiologi Komunikasi persperktif eoritik*, Arti Bumi Intaran, Yogyakarta.
- Thoha, Miftah., 2007., *Perilaku Organisasi, Konsep Dasar dan Aplikasinya.*, PT Raja Grafindo Persada., Jakarta.