

Perencanaan Komunikasi Dinas Sosial Kota Cirebon

Nisrina Nursholeha, Maman Chatamallah
Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Bandung
Bandung, Indonesia

nursholehanisrina@gmail.com, maman.chatamallah@unisba.ac.id

Abstract—The high social problems that exist in the city of Cirebon, make the Sosial Service Empowerment of Women and Childredn of Cirebon City design a community service program that is the Cirebon Confession Contest. In order for the Cirebon Confession Contest to run smoothly, it needs the support of the community. Before that the public first understand the Cirebon Confession Contest program. Socialization is way to make people understand the Cirebon Confession Contest program. The theory used in this reserch is Hafied Cangara's communication planning theory with a “?” sign flow pattern with Assifi and French. The purpose of this study was to determine the uniqueness of the Cirebon City Sosial Service communication planning in socializing the Cirebon Confession Contest program. The uniqueness of the Cirebon City Sosial Service communication planning in socializing this program by socializing every Sunday on Car Free Day or the Bima Stadion. The resercher obtained the results of the research that the communication planning carried out by the Cirebon City Sosial Service was in accordance with the communication planning of the sign flow model “?” Hafied Cangara with Assifi and French. In carrying out each program there are obstacles that are encountered, the obstacles that exist in the Cirebon City Sosial Service in conducting socializing are people who do not know the information about the Cirebon Confession Contest program. The research method used is qualitative research with a case study approach, collecting data through interview, observations and documentation.

Keywords—Cirebon Confession Contest, Comunnication Planning, Socialization

Abstrak—Tingginya permasalahan sosial yang ada di Kota Cirebon, membuat Dinas Sosial Pemberdayaan Perempuan dan Anak Kota Cirebon merancang program pengabdian masyarakat yaitu Lomba Pengakuan Iman Cirebon. Agar Lomba Pengakuan Iman Cirebon dapat berjalan dengan lancar perlu dukungan dari masyarakat. Sebelumnya publik memahami terlebih dahulu program Kontes Pengakuan Iman Cirebon. Sosialisasi merupakan cara agar masyarakat memahami program Kontes Pengakuan Iman Cirebon. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori perencanaan komunikasi Hafied Cangara dengan “?” pola aliran tanda dengan Assifi dan Prancis. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui keunikan perencanaan komunikasi Dinas Sosial Kota Cirebon dalam mensosialisasikan program Lomba Pengakuan Iman Cirebon. Keunikan perencanaan komunikasi Dinas Sosial Kota Cirebon dalam mensosialisasikan program ini dengan melakukan sosialisasi setiap Minggu di Car Free Day atau Stadion Bima. Peneliti memperoleh hasil penelitian bahwa perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Sosial Kota Cirebon sudah sesuai dengan perencanaan komunikasi model sign flow “?” Hafied Cangara dengan Assifi

dan French. Dalam melaksanakan setiap program terdapat kendala yang dihadapi, kendala yang ada di Dinas Sosial Kota Cirebon dalam melakukan sosialisasi adalah masyarakat yang belum mengetahui informasi tentang program Lomba Pengakuan Iman Cirebon. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus, pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

Kata Kunci—Lomba Pengakuan Iman Cirebon, Perencanaan Komunikasi, Sosialisasi

I. PENDAHULUAN

Pada saat ini Kota Cirebon mengalami perkembangan yang cukup pesat dari berbagai hal, dari perkembangan tersebut menimbulkan terjadinya peningkatan jumlah penduduknya. Peningkatan jumlah penduduk yang tidak disertai dengan ketersediaan sumber daya yang memadai mengakibatkan banyak masalah-masalah yang sering ditemui seperti permasalahan sosial.

Permasalahan sosial menurut Weinberg dalam Soetomo (2009), adalah kondisi yang dinyatakan sebagai sesuatu yang bertentangan dengan nilai-nilai oleh kalangan yang signifikan. Permasalahan sosial timbul sebagai hasil dari proses perkembangan masyarakat. Pada saat ini banyak sekali permasalahan Sosial yang terjadi di masyarakat perkotaan maupun pedesaan. Faktor penyebab terjadinya masalah sosial yang biasa terjadi di masyarakat kebanyakan mengenai faktor ekonomi, faktor budaya, faktor biologis dan faktor psikologis.

Dari masalah sosial yang terjadi pada akhirnya akan memberikan dampak juga bagi masyarakatnya itu sendiri.

Dampak yang akan muncul akan beraneka ragam ada yang berdampak positif dan negatif. Adapun dampak negatif dari kriminalitas dan kesejangan sosial yaitu munculnya perilaku menyimpang. Keluarga adalah unit sosial terkecil dalam masyarakat yang berperan sangat besar terhadap perkembangan sosial, di dalam sebuah keluarga sering terjadi konflik yang menjadi permasalahan sosial.

Di Kota Cirebon menurut data dari Dinas Sosial Provinsi Jawa Barat masalah yang banyak terjadi yaitu lansia, orang yang berkebutuhan khusus, dan anak terlantar. Dari semua kasus yang ada banyak menimpa pada anak-anak, kasus yang terjadi seperti kekerasan fisik, kekerasan seksual dan bullying. Biasanya terjadi pada anak-anak usia 0-18 tahun. Sedangkan kasus gelandangan terjadi karena faktor ekonomi.

Berbicara mengenai permasalahan sosial, Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan Dan Anak Kota Cirebon memiliki sebuah program layanan masyarakat yaitu Kontes Curhat Cirebon. Program ini khusus menangani masalah sosial yang ada di masyarakat.

Program Kontes Curhat Cirebon dirancang langsung oleh Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan Dan Anak Kota Cirebon. Media ini disediakan untuk memberikan wadah kepada warga dalam menyampaikan permasalahan sosial yang dihadapi dan butuh konseling baik melalui offline maupun online (via aplikasi). Kegiatan ini merupakan salah satu program dinas sosial kota Cirebon dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap masyarakat. Tujuan program ini adalah agar mempermudah masyarakat dalam menyampaikan permasalahannya secara langsung kepada profesional dan memberikan solusi yang lebih cepat dan tepat.

Terdapat dua bentuk kegiatan Kontes Curhat Cirebon yaitu offline dan online, kegiatan offline dilakukan dengan pelayanan bis atau kendaraan setiap seminggu sekali yang bertempat di Car Free Day Jalan Siliwangi atau di kawasan Stadion Bima Cirebon. Pelayanan yang diberikan terkait masalah Psikologi, Kesehatan, Keagamaan, Hukum dan Permasalahan Sosial lainnya.

Program baru yang diluncurkan dua bulan lalu masih sangat perlu untuk dilakukan sosialisasi kepada masyarakat dikarenakan masyarakat Kota Cirebon masih banyak yang belum mengetahui program Dinas Sosial tersebut. Untuk memperkenalkan program layanan ini, dinas sosial gencar mensosialisasikan program layanan Kontes Curhat Cirebon dengan cara turun langsung ke masyarakat. Selain itu sosialisasi dilakukan melalui media seperti media cetak dan media online. Sampai saat ini sosialisasi mengenai program layanan Kontes Curhat Cirebon masih selalu dilakukan sampai informasi mengenai program layanan ini diketahui oleh masyarakat Kota Cirebon. Berdasarkan hal di atas peneliti ingin melihat lebih jauh mengenai perencanaan komunikasi yang dilakukan Dinas Sosial Kota Cirebon dalam mensosialisasikan sekaligus mengimplementasikan program layanan kontes curhat ini.

II. LANDASAN TEORI

Makna komunikasi merupakan pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih yang dapat dipahami. Komunikasi sangat penting dalam berinteraksi dengan orang lain menjadi peran penting dalam kegiatan menjalin hubungan kerjasama.

Komunikasi secara garis besar adalah *to make everything in common*. Didalam komunikasi terdapat potensi yang dapat digunakan untuk memenuhi tujuan tertentu. Komunikasi sebagai ilmu pengetahuan memiliki fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Secara klasik fungsi komunikasi ditunjukkan untuk:

1. Memberi informasi
2. Menghibur

3. Mendidik

A. Membentuk opini publik

Perencanaan komunikasi terdapat dua konsep dasar yang berbeda. Kedua konsep itu, yakni “perencanaan” dan “komunikasi”. Perencanaan akan lebih banyak didekati dari aspek manajemen sedangkan konsep komunikasi akan lebih banyak didekati dari aspek manajemen sedangkan konsep komunikasi akan dilihat sebagai suatu proses penyebaran atau pertukaran informasi. Perencanaan adalah suatu proses untuk menentukan tindakan yang akan diambil secara tepat melalui serangkaian pilihan-pilihan. Perencanaan merupakan salah satu unsur yang sangat penting sesudah unsur organisasi. Perencanaan merupakan titik awal untuk bekerjanya suatu organisasi.

Perencanaan komunikasi dalam kerangka yang sangat sederhana selalu dikaitkan bagaimana menciptakan komunikasi yang efektif. Perencanaan komunikasi sangat diperlukan untuk menyusun strategi agar program yang berskala nasional maupun internasional bisa berhasil.

Perencanaan komunikasi dapat dibedakan atas dua tipe, yakni: Perencanaan Komunikasi Strategik dan Perencanaan Komunikasi Operasional

1. Perencanaan Komunikasi Strategik

Menurut Allan Hancock dalam hafied cangara (2017:50). Perencanaan Komunikasi Strategik yaitu kebijaksanaan komunikasi yang menetapkan alternatif dalam mencapai tujuan jangka panjang, serta menjadi kerangka dasar untuk perencanaan operasional jangka pendek. Dalam hal ini perencanaan komunikasi strategic merupakan proses yang dilakukan suatu organisasi atau instansi pemerintah untuk menentukan strategi untuk mencapai tujuan yang akan dicapai.

2. Perencanaan Komunikasi Operasional

Perencanaan Komunikasi Operasional dilihat dalam hafied cangara (2017:54). perencanaan yang memerlukan tindakan dalam bentuk aktivitas yang dirancang untuk pencapaian tujuan. Perencanaan operasional komunikasi dapat dibagi atas dua macam, yakni:

- a.)Perencanaan infrastruktur komunikasi (hardware)
- b.)Perencanaan program komunikasi (software)

Soejono Soekanto dalam Taufiq Rochman Dhoiri, dkk (2007: 79) sosialisasi merupakan suatu proses sosial dimana seseorang individu mendapatkan pembentukan sikap untuk berperilaku sesuai dengan perilaku orang-orang di dalam kelompoknya.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Perencanaan komunikasi Dinas Sosial Kota Cirebon

1. Bentuk Perencanaan Komunikasi

Pada saat program *Kontes Curhat Cirebon* dirancang, Dinas Sosial Kota Cirebon menyusun perencanaan komunikasi apa saja yang akan dilaksanakan guna

mensosialisasikan program *Kontes Curhat Cirebon*. Perencanaan adalah keseluruhan proses pemikiran dan penentuan secara matang dari hal-hal yang akan dikerjakan di masa yang akan datang dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditentukan. Perencanaan Komunikasi sangat diperlukan untuk menyusun strategi agar program yang dijalankan dapat berjalan dengan baik. Bentuk perencanaan komunikasi yang dilakukan dalam mensosialisasikan program *Kontes Curhat Cirebon* menurut Ibu Siti yaitu

“Bentuk Perencanaan Komunikasi yang dilakukan dalam mensosialisasikan program ini yaitu dengan cara langsung ke masyarakat dan melalui media. Sosialisasi biasanya lebih sering langsung ke masyarakat atau biasanya gencar melakukan sosialisasi secara langsung dengan memanfaatkan kegiatan SPM Dinas Sosial yang lain”. (wawancara dengan ibu Siti Kepala Bidang Pemberdayaan Perempuan, Jumat 15 Mei 2020).

Bentuk Perencanaan Komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Sosial Kota Cirebon dalam mensosialisasikan program *Kontes Curhat Cirebon* yaitu dengan turun langsung ke masyarakat contohnya dengan memanfaatkan kegiatan SPM Dinas Sosial yang lain serta ditambah dengan sosialisasi program *Kontes Curhat Cirebon*. Upaya ini dilakukan Dinas Sosial Kota Cirebon agar masyarakat tidak tertinggal mengenai informasi *Kontes Curhat Cirebon*.

2. Target Sasaran Kontes Curhat Cirebon

Mengidentifikasi target sasaran merupakan langkah awal yang penting dalam menyusun perencanaan komunikasi. Target sasaran dari *Kontes Curhat Cirebon* perlu dilakukan dengan teliti dan benar agar komunikasi yang akan disampaikan mengenai program *Kontes Curhat Cirebon* berjalan dengan lancar. Sebagaimana dijelaskan oleh Ibu Siti Bidang Pemberdayaan Perempuan.

“Mengidentifikasi target sasaran sangat penting, agar nantinya saat melaksanakan sosialisasi program tidak salah target. Target sasaran dari program ini masih berfokus pada masyarakat yang berdomisili Kota Cirebon saja, mungkin nanti akan diperluas target sasarannya tidak hanya masyarakat Cirebon”. (wawancara dengan ibu Siti Kepala Bidang Pemberdayaan Perempuan, Jumat 15 Mei 2020).

Dinas Sosial Kota Cirebon perlu mengetahui siapa yang akan menjadi target sasaran dalam sosialisasi program *Kontes Curhat Cirebon*. Mengidentifikasi target dilakukan agar bisa menjangkau target dan mempermudah dalam mensosialisasikan program. Target sasaran program *Kontes Curhat Cirebon* meliputi seluruh bagian masyarakat Kota Cirebon.

3. Pesan Yang Dimuat

Pada dasarnya fungsi perencanaan komunikasi adalah melakukan pengendalian agar pelaksanaan senantiasa tetap berada dalam koridor perencanaan yang telah ditetapkan. Salah satu bentuk pelaksanaan pada saat kegiatan sosialisasi terdapat penyusunan pesan atau informasi yang ingin disampaikan dari pengirim pesan kepada penerima

pesan, dalam perencanaan komunikasi harus mampu memilah pesan apa yang sesuai dengan pengetahuan, kebutuhan dan pengalaman khalayak yang menjadi target sasaran. Teori penyusunan pesan, yakni:

1. *Over power'em theory*. Teori ini menunjukkan bahwa bila pesan sering kali diulang, panjang dan cukup keras, maka pesan itu akan berlalu dari khalayak.
2. *Glamour theory*. Suatu pesan (ide) yang dikemas dengan cantik, kemudian ditawarkan dengan gaya persuasi, maka khalayak akan tertarik untuk memiliki ide itu.
3. *Don't tele'em theory*. Bila suatu ide tidak disampaikan kepada orang lain, maka mereka tidak akan memegangnya dan menanyakannya. Karena itu mereka tidak akan membuat pendapat tentang ide itu.

Dinas Sosial menetapkan dengan menyusun pesan agar di mengerti oleh target sasaran. Sebagaimana dijelaskan oleh Ibu Siti Bidang Pemberdayaan Perempuan.

“Bentuk penyampaian pesannya bisa dilihat pada bus *Kontes Curhat Cirebon*. Bus tersebut merupakan iklan yang paling nyata di visualisasikan. Ketika Dinas Sosial menyampaikan informasi namun tidak ada bentuk visualnya masyarakat banyak yang tidak tahu. Pesan yang disampaikan dari setiap sosialisasi yaitu ingin membuat masyarakat lebih bahagia sehingga masyarakat tertarik untuk berpartisipasi dalam program ini”. (wawancara dengan ibu Siti Kepala Bidang Pemberdayaan Perempuan, Jumat 15 Mei 2020).

Dalam menyusun pesan untuk mensosialisasikan program *Kontes Curhat Cirebon*, Dinas Sosial Kota Cirebon berupaya untuk memvisualisasikan penyusunan pesan agar dapat di lihat oleh masyarakat yang menjadi target sasaran. Pesan yang dimuat dalam mensosialisasikan program *Kontes Curhat Cirebon* sesuai dengan teori *Glamour theory* karena pesannya yang menarik dan berupaya untuk mengajak masyarakat untuk ikut serta dalam menjalankan program *Kontes Curhat Cirebon*.

4. Pemilihan Media

Dalam menyempurnakan perencanaan komunikasi, media sangat berperan penting untuk mensosialisasikan program *Kontes Curhat Cirebon*. Pemilihan media yang tepat akan menentukan kesuksesan sosialisasi program sehingga pemilihan media yang tepat merupakan hal yang penting dalam mensosialisasikan program ini. Seperti yang di sampaikan oleh Ibu Siti Bidang Pemberdayaan Perempuan.

“Media yang digunakan dalam mensosialisasikan program ini melalui media sosial dan media cetak. Alasan menggunakan kedua media ini karena keduanya memiliki kelebihan yang berbeda-beda, pada saat ini hal apapun apabila di sebar luaskan di media sosial informasi tersebut langsung cepat sampai masyarakat sehingga media sosial digunakan untuk mensosialisasikan program ini. Kemudian media cetak dipilih untuk menyebar luaskan informasi kepada masyarakat yang tidak menggunakan media

sosial.” (wawancara dengan ibu Siti Kepala Bidang Pemberdayaan Perempuan, Jumat 15 Mei 2019).

Dinas Sosial Kota Cirebon memanfaatkan media sosial dan media cetak untuk melakukan kegiatan sosialisasi. Media cetak sangat baik disebarluaskan untuk mereka yang memiliki waktu senggang yang cukup. Surat kabar atau media cetak lainnya memiliki kelebihan, yakni bisa dibaca oleh banyak orang. Media sosial merupakan rekayasa pakar teknologi informasi yang berhasil menggabungkan antara komunikasi interpersonal dan komunikasi massa.

Media sosial dan media cetak ini digunakan dengan mempertimbangkan media yang mudah diakses banyak orang serta dapat mempermudah proses penyampaian pesan informasi kepada target sasaran.

5. Menentukan Tempat Sosialisasi

Setelah memaparkan penjelasan mengenai perencanaan komunikasi, bentuk penyampaian pesan serta media yang digunakan, berikutnya menentukan tempat yang tepat untuk mensosialisasikan program *Kontes Curhat Cirebon* menurut Ibu Siti Bidang Pemberdayaan Perempuan.

“Tempat yang tepat itu ketika masyarakat banyak yang berkumpul di suatu tempat sehingga lebih mudah mensosialisasikannya. Contohnya setiap hari minggu Dinas Sosial selalu mengadakan sosialisasi di tempat yang banyak di datangi masyarakat seperti stadion bima dan car free day” (wawancara dengan ibu siti Kepala Bidang Pemberdayaan Perempuan, Jumat 15 Mei 2020).

Tempat merupakan komponen paling terpenting dalam kegiatan sosialisasi. Mencari tempat yang paling tepat yaitu ketika banyaknya target yang sedang berkumpul di suatu tempat. Sehingga akan memudahkan Dinas Sosial Kota Cirebon dalam mensosialisasikan program ini.

Dinas Sosial Kota Cirebon menyusun perencanaan program apa saja yang akan dilaksanakan guna mensukseskan sosialisasi program *Kontes Curhat Cirebon*. Menurut Waterston 1965 dalam hafied cangara (2017:24) Perencanaan adalah usaha yang sadar, terorganisasi, dan terus menerus guna memilih alternatif yang terbaik untuk mencapai tujuan tertentu.

6. Hambatan Yang Terjadi

Program *Kontes Curhat Cirebon* merupakan salah satu program untuk membantu masyarakat Kota Cirebon menyelesaikan permasalahan sosial. Program ini dapat berjalan dengan baik jika didukung oleh seluruh masyarakat, perangkat daerah dan berbagai stakeholder yang terlibat. Masyarakat merupakan salah satu elemen penting dari program pemerintah .

Dalam menjalankan program *Kontes Curhat Cirebon*, Dinas Sosial Kota Cirebon juga mengalami beberapa hambatan. Ketika berjalannya sebuah program tentu tak selamanya akan berjalan dengan lancar, pasti terdapat beberapa rintangan atau hambatan yang ditemui menurut Ibu Siti Bidang Pemberdayaan Perempuan.

“Dari awal di luncurkannya program ini pada bulan september lalu yang menjadi faktor penghambat saat ini

hanya 10% saja. Yang menjadi faktor penghambat paling besar yaitu banyak masyarakat yang tidak menggunakan android dan masyarakat tidak tahu cara penggunaan aplikasi *Kontes Curhat Cirebon* untuk berkonsultasi. Sehingga banyak masyarakat yang lebih tertarik untuk datang ke pelayanan *offline* di bus, namun untuk konsultasi di bus memiliki waktu yang sangat terbatas sehingga banyak masyarakat yang tidak sempat berkonsultasi karena waktu yang terbatas”. (wawancara dengan ibu siti Kepala Bidang Pemberdayaan Perempuan, Jumat 15 Mei 2020).

Hambatan terbesar yang ada pada program *Kontes Curhat Cirebon* adalah ketika masyarakat banyak yang tidak bisa menggunakan aplikasi yang sudah disediakan oleh Dinas Sosial Kota Cirebon untuk berkonsultasi. Melihat adanya beberapa hambatan yang muncul, Dinas Sosial Kota Cirebon melakukan upaya-upaya untuk dapat mengatasi hambatan yang ada. Seperti yang disampaikan Ibu Siti Bidang Pemberdayaan Perempuan.

“Dinas Sosial akan terus gencar melakukan sosialisasi dan menginformasikan bagaimana cara penggunaan aplikasi *Kontes Curhat Cirebon* secara jelas kemudian akan menambahkan waktu untuk yang berkonsultasi secara *offline*” (wawancara dengan ibu siti Kepala Bidang Pemberdayaan Perempuan, Jumat 15 Mei 2020).

Cara yang dilakukan ini di harapkan tidak akan ada lagi kesalahan informasi yang diperoleh masyarakat dan apabila masyarakat telah memperoleh informasi yang kurang tepat maka dengan adanya sosialisasi yang berkelanjutan diharapkan dapat mengoreksi informasi tersebut.

7. Evaluasi

Program Komunikasi yang sudah dijalankan perlu dievaluasi. Evaluasi sangat penting untuk mengetahui sampai sejauh mana keberhasilan yang telah dicapai dalam menjalankan program *Kontes Curhat Cirebon*. Dalam di jalankannya program komunikasi evaluasi sangat dibutuhkan untuk mengetahui apakah pesan yang disampaikan kepada penerima pesan telah dimengerti oleh target sasaran. Evaluasi juga dilakukan untuk mengetahui apakah ada perubahan perilaku dan sikap yang ada pada khalayak sesuai dengan tujuan program. Dalam program *Kontes Curhat Cirebon*, Dinas Sosial Kota Cirebon rutin melaksanakan evaluasi. Karena dengan adanya evaluasi merupakan tahapan yang penting sebagaimana yang dijelaskan Ibu Siti Bagian Pemberdayaan Perempuan.

“Untuk mengetahui kebutuhan dari target, Dinas Sosial selalu berupaya untuk meminta saran dan kritik dari masyarakat yang berkonsultasi untuk menyempurnakan kebutuhan-kebutuhan dari masyarakat. Mengukur keberhasilan program ini dengan melihat banyaknya client yang datang untuk berkonsultasi, untuk melihat keberhasilan program itu dilihat dari banyaknya orang yang berminat terhadap program itu. Sampai saat ini media yang digunakan untuk melakukan sosialisasi sudah mencapai target yang ditentukan. Dinas Sosial melakukan monior kegiatan sosialisasi ini biasanya melihat dari orang-orang sering merespon dan tertarik untuk ikut serta

menjalankan program ini. Selama program ini di luncurkan permasalahan sosial yang ada di Kota Cirebon sudah cukup berkurang namun belum sesuai target yang di tentukan”. (wawancara dengan ibu siti Kepala Bidang Pemberdayaan Perempuan, Jumat 15 Mei 2020).

Kegiatan evaluasi yang dilakukan Dinas Sosial Kota Cirebon untuk membuka kesempatan bagi setiap orang yang terlibat untuk berdiskusi terkait tentang program. Menyampaikan pendapat mengenai kekurangan dari program yang di jalankan untuk dapat disampaikan dalam diskusi ini sehingga nantinya bisa menjadi bahan pertimbangan dalam menyusun program selanjutnya.

IV. KESIMPULAN

Bedasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, penulis akhirnya menarik kesimpulan dari penelitian mengenai Perencanaan Komunikasi Dinas Sosial Kota Cirebon dalam Mensosialisasikan Program *Kontes Curhat Cirebon* sebagai berikut:

1. Dari aspek perencanaan komunikasi dapat diketahui bahwa dalam analisis khalayak Dinas Sosial Kota Cirebon akan melakukan sosialisasi kepada seluruh masyarakat Kota Cirebon.
2. Rancangan pesan yang digunakan Dinas Sosial Kota Cirebon untuk melakukan sosialisasi program ini dengan adanya pesan yang berbentuk visual seperti bus *Kontes Curhat Cirebon*.
3. Pememilihan media yang tepat untuk digunakan. Dinas Sosial Kota Cirebon memilih media cetak dan media online untuk melakukan sosialisasi program ini.
4. Faktor penghambat Dinas Sosial Kota Cirebon dalam mensosialisasikan program *Kontes Curhat Cirebon* yaitu adalah masih banyaknya masyarakat yang tidak dapat mengolah informasi dengan baik dan masih banyak masyarakat yang tidak bisa menggunakan aplikasi *Kontes Curhat Cirebon*.
5. Perencanaan Komunikasi Dinas Sosial Kota Cirebon untuk mensosialisasikan program *Kontes Curhat Cirebon* sesuai dengan model Perencanaan Komunikasi model alur tanda “?”

V. SARAN

Dari hasil penelitian ini dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

A. Saran Praktis

1. Dalam menentukan sasaran komunikasi sebaiknya Dinas Sosial Kota Cirebon melakukan identifikasi secara detail berdasarkan konsep yang ada sehingga pemberian informasinya dapat lebih dinamis.
2. Dalam merancang pesan Dinas sosial Kota Cirebon diharapkan mampu memperbaharui setiap pesan yang akan disampaikan, sehingga membuat target menjadi lebih tertarik

3. Pada pemeliharaan media sebaiknya Dinas Sosial Kota Cirebon, menanbah media yang akan digunakan tidak hanya media cetak maupun media online. Agar lebih luas lagi informasi yang akan di sebar luaskan pada masyarakat Kota Cirebon

B. Saran Teoritis

1. Pada penelitian ini masih memiliki keterbatasan baik dalam sumber jurnal dan teori-teori.
2. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan untuk mencari konsep-konsep perencanaan komunikasi yang lainnya.
3. Sebaiknya untuk penelitian yang sejenis berikutnya untuk mengambil subjek penelitian dari perkembangan yang sedang *happening* lainnya. Agar dapat diketahui adanya suatu perubahan di setiap fase perkembangan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Albi Anggito & Johan Setiawan. 2008. Metodologi Penelitian Kualitatif. CV Jejak
- [2] Cangara, H.Hafied. 2017. Perencanaan dan Strategi Komunikasi. PT Raja
- [3] Grafindo Persada
- [4] Dhohiri, Taufiq Rohman dkk, 2007. Sosiologi (Suatu Kajian Kehidupan Masyarakat). Bogor Ghalia Indonesia
- [5] Krisyanto Rachmat. 2010. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Kharisma Putra Utama
- [6] Mulyana Deddy. 2015. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. PT Remaja Rosdakarya Bandung
- [7] Sugiyono. 2007. Metodologi Penelitian Bisnis. PT Gramedia Jakarta
- [8] Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung. Alfabeta.