STRATEGI KOMUNIKASI BIDANG DISEMINASI INFORMASI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA BANDUNG DALAM MENYEBARKAN INFORMASI KEBIJAKAN PEMERINTAH KOTA BANDUNG MELALUI MAJALAH SWARA BINA KOTA

Oleh :
Ghea Nabella P
Nim. 41808015

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI KONSENTRASI HUMAS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
B A N D U N G

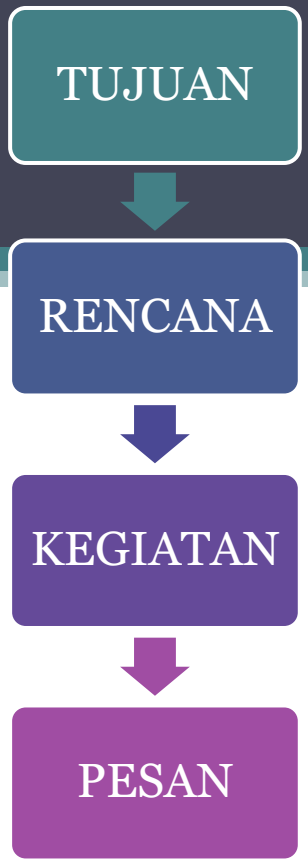
2012

LATAR BELAKANG



RUMUSAN MASALAH

BAGAIMANA **STRATEGI KOMUNIKASI** BIDANG DISEMINASI INFORMASI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA BANDUNG DALAM MENYEBARKAN INFORMASI KEBIJAKAN PEMKOT BANDUNG MELALUI MAJALAH SWARA BINA KOTA



KERANGKA PEMIKIRAN

Onong Uchjana Effendy dalam bukunya ilmu, teori, dan filsafat komunikasi mengatakan bahwa strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang menujukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. (Effendy, 2006:32)

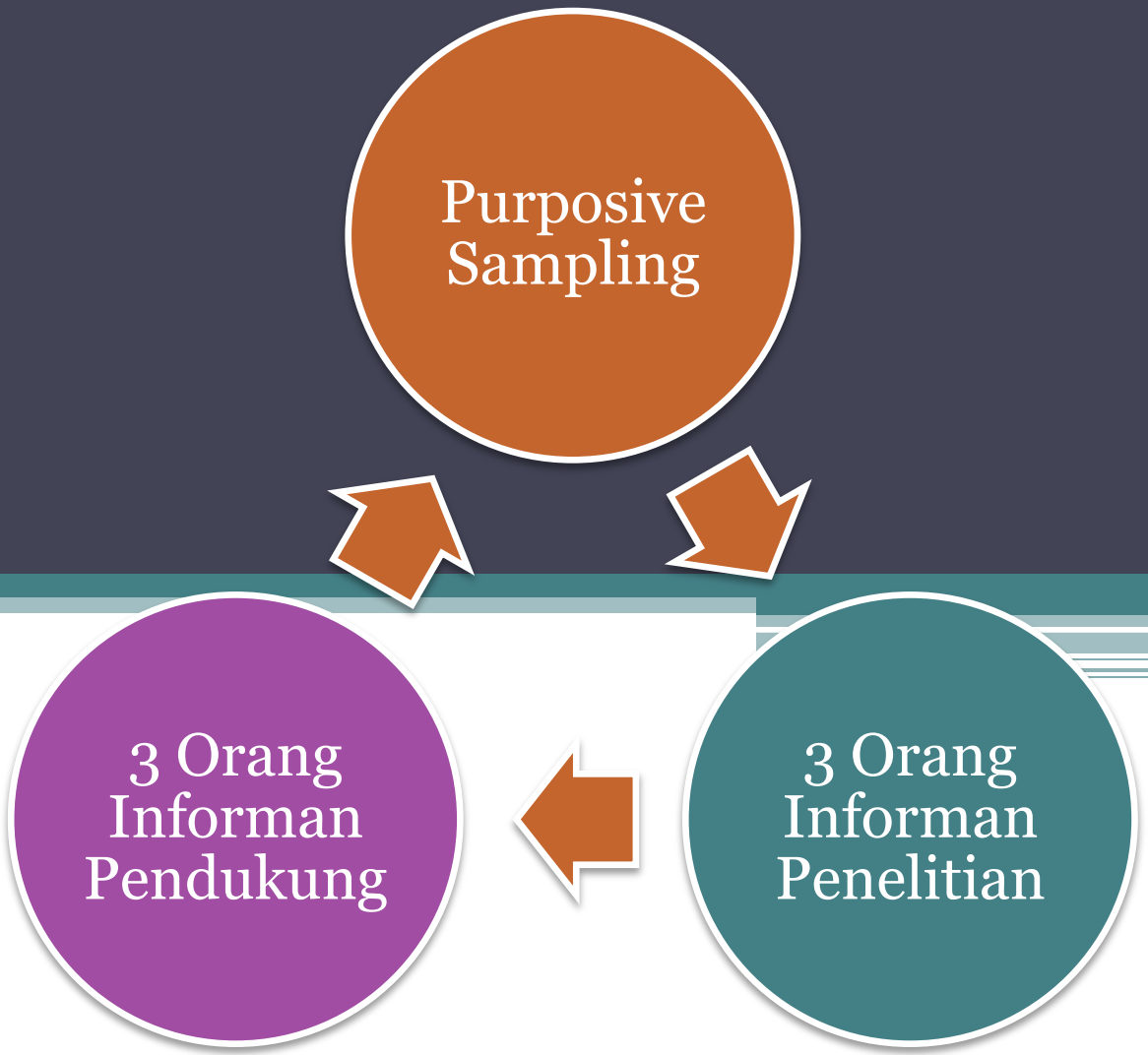


TEKNIK PEBGUMPULAN DATA

Studi Pustaka

Studi Lapangan

TEKNIK PENENTUAN INFORMAN



WAKTU DAN LOKASI

WAKTU

- Dilakukan selama enam bulan terhitung dari bulan Februari 2012

TEMPAT

- Lokasi Penelitian bertempat di Pemerintah Kota Bandung , Dinas Komunikasi dan Informatika
- Jl. Wastukencana No.2

HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

Tujuan

- Memperoleh informasi agar mereka mengetahui apa saja kebijakan yang terbaru nya tersebut. Mereka dapat memahami dan mengetahui nya serta mengamalkannya dalam bentuk sikap dari individu tersebut.

Rencana

- Menentukan tema, pemilihan berita, memilih bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat dan melihat sasaran pembacanya.

HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

Kegiatan

- Publikasi kegiatan yang dilakukan oleh Pemerintah kota Bandung melalui program-program mengenai kebijakan yang berlandaskan atas undang-undang yang berlaku

Pesan

- Gaya pesan informatif, persuasif dan regulatif.

KESIMPULAN

TUJUAN

Memberikan informasi yang terkait mengenai kebijakan terbaru yang dimiliki oleh Pemerintah Kota Bandung

RENCANA

Setiap 3 bulan sekali, penentuan tema, pemilihan berita, bahasa yang mudah dipahami dan melihat sasaran pembaca. Dengan begitu rencana yang dimiliki dapat terrealisasikan karena masyarakat tidak menemui kendala apapun dalam memahami kebijakan melalui Swara Bina Kota.

KEGIATAN

Meliput kegiatan yang terjadi di lingkup Pemerintah kota Bandung melalui program-program yang berlandaskan atas undang-undnag yang berlaku sehingga membuat SKPD (datuan kerja perangkat daerah) mengetahuinya

PESAN

Pesan Informatif, Regulatif, dan Persuasif

STRATEGI KOMUNIKASI

Strategi komunikasi Bidang Diseminasi Informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung melalui majalah Swara Bina Kota tidak terlepas dari tujuan, rencana, kegiatan, dan pesang yang disampaikan untuk mencapai suatu tujuan akhir yaitu dalam menyebarkan informasi kebijakan Pemerintah kota Bandung.

SARAN

Lebih meningkatkan kualitas *desain* produk dari Majalah Swara Bina Kota sehingga memberikan minat kepada pembaca untuk membaca, mengetahui, dan memahami kebijakan Pemerintah kota Bandung dan menambah rubrik.

TERIMA KASIH

"Your dreams today, can be future tommorow"