

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di lapangan dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan guna menjawab penelitian sebagai berikut:

1. Tahapan yang disusun untuk perencanaan kampanye program rumah hunian DP Nol Rupiah sesuai dengan Pergub dan Kepgub, yaitu Dinas Perumahan Rakyat dan Kawasan Permukiman Prov. DKI Jakarta melaksanakan program ini bersama dengan BLUD Unit Pengelola Dana Perumahan, berikut langkah yang dilakukan sebelum melakukan memulai kampanye. Langkah perencanaan pertama yaitu dengan mengidentifikasi Calon Penerima Manfaat (CPM). Kemudian menganalisa empat aspek SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats*), menganalisa faktor yang mempengaruhi keberhasilan kampanye (analisis PEST), menentukan tujuan kampanye, pesan dalam kampanye, strategi dan taktik kampanye, menentukan sumber daya, waktu, dan yang terakhir adalah mengadakan evaluasi dan review terhadap kegiatan kampanye. Tahap-tahap ini dilakukan untuk mempersiapkan dengan baik perencanaan kampanye program hunian DP Nol Rupiah ini agar informasi yang ingin disampaikan oleh Pemerintah DKI Jakarta bersama dengan Dinas Perumahan Rakyat dan Kawasan Permukiman berjalan sesuai dengan tujuan dan target dari kampanye.
2. Langkah yang dilakukan Dinas Perumahan Rakyat dan Kawasan Permukiman DKI Jakarta adalah dengan mengidentifikasi masyarakat sebagai Calon Penerima Manfaat, yakni warga Jakarta yang sudah memiliki KTP dan KK resmi DKI Jakarta. Lalu dilakukan analisis faktor yang mendukung dan menghambat sebagai bentuk weakness, dimana kampanye ini dilaksanakan pada akhir tahun 2018 dan awal tahun 2019 memasuki era pandemi yang membuat pelaksanaan kampanye menjadi sangat terbatas medianya. Menentukan sasaran target kampanye yakni warga Jakarta yang memiliki penghasilan dibawah 14,8 Juta Rupiah. Pemerintah DKI Jakarta berharap program ini memudahkan warga Jakarta yang ingin memiliki hunian sendiri dengan persyaratan yang mudah, hal ini yang menjadi tujuan kampanye sehingga pesan kampanye adalah “SAMAWA, Solusi Rumah Warga. DP Nol Rupiah” sebagai slogan kampanye. Strategi dipersiapkan dalam perencanaan kampanye, kemudian taktik kampanye dilakukan dengan memanfaatkan

semaksimal mungkin fungsi dari jaringan internet untuk mengadakan kampanye daring. Sumber daya kampanye dan jadwal kegiatan juga disusun agar pelaksanaan kampanye dapat berjalan dengan baik. Dan diadakan evaluasi pada setiap akhir kegiatan kampanye untuk menganalisa adanya hambatan dan pendukung kampanye, sebagai bahan untuk memperbaiki kekurangan pada kegiatan kampanye berikutnya.

3. Sejauh ini, kampanye program hunian DP Nol Rupiah ini berjalan dengan baik sesuai dengan tujuan dan target. Antusiasme masyarakat sangat bsarm sehingga pada awal program ini dikampanyekan, pendaftar sudah mencapai 60.000 orang dari 600.000 penerima informasi selama kampanye berlangsung. Dalam menyampaikan pesan kampanye, Dinas Perumahan Rakyat dan Kawasan Permukiman Provinsi DKI Jakarta dan Unit Pengelola Dana Perumahan memutuskan menggunakan media yang banyak digunakan masyarakat saat ini yaitu media sosial, seperti Instagram dan Facebook, dan untuk menjawab pertanyaanmasyarakat dengan menggunakan Whatsapp Center. Dinas Perumahan Rakyat dan Kawasan Permukiman membentuk pusat informasi dan bekerja sama dengan media internal Pemerintah, developer dan perbankan untuk menyampaikan pesan terkait program rumah hunian DP Nol Rupiah
4. Faktor penghambat dalam penyampaian pesan kampanye program rumah hunian DP Nol Rupiah yaitu adalah karena pandemi Covid 19 yang terjadi dan semua menjadi daring maka pesan yang disampaikan akan kurang difahami dan pada kampanye yang dilakukan secara luas antusias masyarakat menyebarkan informasi secara kurang tepat dengan masyarakatlain sehingga menimbulkan kesalahpahaman yang membuat Calon Penerima Manfaat gagal saat seleksi. Faktor pendukung dalam kampanye ini berasal dari para *stakeholder* yang membantu mengkampanyekan program ini dan media sosial yang secara masif menyampaikan pesan.

5.2 Saran

Berdasarkan dari temuan dan analisis yang telah dilakukan, maka dapatdiberikan saran sebagai berikut:

- 1) Sebelum melakukan kampanye, ada baiknya terlebih dahulu mengenal karakter masyarakat atau penerima pesan, meskipun telah diketahui masyarakat seperti apa yang akan mendapatkan kampanye program rumah hunian DP Nol Rupiah sesuai dengan aturan yang ditetapkan. Sebab, latar belakang masing-masing kelompok masyarakat tentu berbeda dan berpengaruh pada perilaku, kebiasaan, maupun respon yang mungkin akan

terjadi dari masyarakat tersebut.

- 2) Meningkatkan dan mengoptimalkan kembali fungsi sosial media seperti facebook dan instagram untuk mengemas informasi yang akan disampaikan kepada masyarakat lebih menarik, komunikatif, jelas, dan padat, serta dapat diterima oleh kalangan masyarakat secara luas dan global sehingga dapat tersampaikan maksud dari adanya kampanye program tersebut.
- 3) Walaupun dalam hasil evaluasi pertanggungjawaban sudah menunjukkan hasil yang memuaskan, tetapi alangkah baiknya Dinas Perumahan Rakyat dan Kawasan Pemukiman DKI Jakarta tetap terus berupaya menangani dan merespon masalah-masalah yang terjadi kedepannya untuk program rumah hunian DP Nol Rupiah.