



RINGKASAN

ARMAYLIZA SEKAR HANUSWANTARI. Strategi Komunikasi Dinas Pemberdayaan Masyarakat Perempuan dan Perlindungan Anak Kota Bogor Dalam Mewujudkan Bogor Kota Layak Anak. *Communication Strategy From The Government Office of Community Development Woman Empowerment and Child Protection to Build Bogor as a Child-Friendly City*. Dibimbing oleh M. RIZKIMULUK SURYANA

Komunikasi merupakan salah satu faktor penting dalam kehidupan manusia. Penggunaan komunikasi dapat diterapkan dalam pelaksanaan program pembangunan daerah. Salah satu program pembangunan daerah yang dimiliki oleh Pemerintah Republik Indonesia adalah Program Kabupaten/Kota Layak Anak yang berada di bawah naungan Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak yang telah dilaksanakan oleh kabupaten atau kota di Indonesia. Pengembangan Program Kota Layak Anak telah dilaksanakan di Kota Bogor dan berada dalam tanggung jawab Dinas Pemberdayaan Masyarakat, Perempuan dan Perlindungan Anak (DPMPPA) Kota Bogor.

Tujuan dari penulisan laporan akhir ini adalah untuk mengetahui deskripsi Program Kabupaten/Kota Layak Anak, tahapan dalam pelaksanaan pengembangan Program Kota Layak Anak, strategi komunikasi yang digunakan dalam menyebarkan informasi serta hambatan dan solusi dalam mengembangkan Program Kota Layak Anak di Kota Bogor. Proses pengambilan data untuk penulisan laporan akhir dilakukan saat melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang bertempat di DPMPPA Kota Bogor yang berlokasi di Jalan Ciwaringin Nomor 99, Kota Bogor. Kegiatan PKL dimulai pada tanggal 27 Januari 2020 sampai tanggal 17 Maret 2020.

Proses pengembangan Program Kota Layak Anak di Kota Bogor dilakukan dalam lima tahapan. Kelima tahapan tersebut adalah tahap persiapan, tahap perencanaan, tahap pelaksanaan, tahap pemantauan dan evaluasi serta tahap pelaporan. Kelima tahapan tersebut dilakukan sesuai dengan arahan dari Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia.

Pada pelaksanaan pengembangan Program Kota Layak Anak dilakukan strategi komunikasi dalam rangka menyebarkan informasi terkait Program Kota Layak Anak kepada seluruh masyarakat Kota Bogor. Strategi komunikasi yang digunakan melalui media cetak, media elektronik berbasis jaringan web dan media sosial. Adanya pengembangan Program Kota Layak Anak dinilai selaras dengan visi yang dimiliki oleh Kota Bogor yaitu menjadi kota yang ramah keluarga.

Kendala yang ditemukan dalam pelaksanaan Program Kota Layak Anak di Kota Bogor meliputi kendala teknis dan kendala non teknis akan tetapi kendala yang ditemukan tersebut dapat diselesaikan sehingga pelaksanaan Program Kota Layak Anak di Kota Bogor dapat berjalan dengan baik.

Kata Kunci: kota layak anak, komunikasi, strategi komunikasi, media massa