



Strategi Humas Pemerintah Kota Depok dalam Sosialisasi Kebijakan Car Free Day

Nur Azel Rizki Syahbani^{1*}, Tria Patrianti²

¹⁻²Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

*Penulis korespondensi: nurazel0110@gmail.com¹

Abstract. *The air quality index in Depok City has declined over the past three years based on data from the Depok City Environmental Agency. In response to this condition, the Depok City Government implemented a Car Free Day (CFD) policy every Sunday along Jalan Margonda Raya. The CFD program aims to improve environmental quality and air conditions while encouraging public participation in healthy activities. The success of this policy depends on how effectively information regarding the rules and objectives of CFD is disseminated to the public by the Depok City Government Public Relations Office. This study aims to analyze the communication strategy employed by the Depok City Government Public Relations Office in disseminating the Car Free Day policy and to identify obstacles encountered during the dissemination process. This research uses a descriptive qualitative approach through media monitoring, direct observation, and analysis of government documents.*

Keywords: *Air Quality; Car Free; Local Government; Policy Socialization; Public Relations*

Abstrak. Indeks kualitas udara di kota Depok mengalami penurunan dalam tiga Tahun terakhir data dari DLHK kota Depok. Oleh karena itu pemerintah kota Depok mengambil kebijakan dengan mengadakan Car Free Day setiap Hari Minggu di JL Margonda Raya Kota Depok, Car Free Day (CFD) di Kota Depok bertujuan meningkatkan kualitas lingkungan, kualitas udara di Kota Depok dan mendorong partisipasi masyarakat dalam aktivitas sehat. Keberhasilan kebijakan tersebut bergantung pada strategi Public Relations (PR) yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Depok dalam menyosialisasikan aturan dan tujuan CFD kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi Humas Pemerintah Kota Depok dalam sosialisasi kebijakan Car Free Day serta mengidentifikasi hambatan dalam proses sosialisasi. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui Media monitoring, observasi, dan penelusuran dokumen Pemerintah.

Kata kunci: Car Free; Kualitas Udara; Pemerintah Daerah; Public Relations; Sosialisasi Kebijakan

1. LATAR BELAKANG

Car Free Day (CFD) merupakan salah satu upaya pemerintah daerah untuk meningkatkan kualitas lingkungan melalui pembatasan kendaraan bermotor dan

menyediakan ruang publik sehat bagi masyarakat. Pemerintah Kota Depok mengadakan CFD secara rutin sebagai bagian dari program lingkungan hidup. Namun demikian, berbagai studi menunjukkan bahwa keberhasilan kebijakan publik sangat dipengaruhi oleh efektivitas komunikasi pemerintah kepada masyarakat (Grunig & Hunt, 2022).

Penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa sosialisasi kebijakan yang tidak komprehensif dapat menyebabkan rendahnya tingkat kepatuhan publik serta ketidaktahuan masyarakat mengenai tujuan kebijakan (Putri & Santoso, 2023). Dalam konteks ini, Humas Pemerintah berperan sebagai perantara antara kebijakan dan publik. Humas harus mampu membangun komunikasi yang informatif, persuasif, dan dua arah agar pesan pemerintah dapat dipahami dengan jelas.

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada analisis strategi Humas Pemerintah Kota Depok dalam konteks sosialisasi CFD—tema yang masih minim diteliti dan jarang dibahas secara spesifik dalam jurnal nasional. Penelitian ini tidak hanya menggambarkan strategi sosialisasi, tetapi juga hambatan serta kesesuaiannya dengan model Public Relations terutama *two-way symmetrical model*.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi Humas Pemerintah Kota Depok dalam sosialisasi CFD serta menganalisis hambatan yang memengaruhi efektivitas komunikasi kebijakan tersebut.

2. KAJIAN TEORITIS

Humas Pemerintahan

Humas Pemerintahan merupakan proses komunikasi strategis yang bertujuan untuk membangun hubungan harmonis antara pemerintah dan masyarakat. Tujuan utamanya adalah untuk menyampaikan informasi, mendidik publik, dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam berbagai program kebijakan pemerintah. Dalam hal ini, komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah harus transparan, akuntabel, dan responsif terhadap kebutuhan publik. Teori ini menekankan pentingnya keterbukaan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat dan juga bagaimana pemerintah mendengarkan umpan balik publik untuk memperbaiki kebijakan yang ada. Komunikasi yang berlangsung haruslah dua arah, yang memungkinkan adanya interaksi dan dialog antara pemerintah dengan masyarakat untuk menciptakan pemahaman bersama.

Model Public Relations

Model Public Relations yang dikemukakan oleh Grunig & Hunt menyoroti berbagai pendekatan dalam menjalankan strategi PR. Dalam konteks pemerintah, model yang paling relevan adalah model komunikasi dua arah yang simetris. Model ini menekankan pentingnya dialog terbuka dan umpan balik dari masyarakat sebagai dasar pengambilan keputusan dalam suatu kebijakan publik. Hal ini sangat penting untuk menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara pemerintah dan masyarakat, di mana kedua belah pihak dapat berkomunikasi dengan jelas dan efektif, serta saling memahami satu sama lain.

Strategi Humas Pemerintah Kota Depok

Strategi Humas yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Depok dalam menyosialisasikan kebijakan Car Free Day (CFD) melibatkan berbagai teknik komunikasi yang bertujuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Melalui pemanfaatan media publikasi, media relations, community relations, serta engagement digital, strategi ini berusaha menciptakan kesadaran

dan partisipasi aktif dari masyarakat terhadap kebijakan tersebut. Meskipun demikian, perlu diperhatikan bahwa komunikasi yang dilakukan harus dilakukan dengan cara yang transparan dan mampu mendorong publik untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan yang diadakan, bukan sekadar menerima informasi secara pasif.

Sosialisasi Kebijakan Publik

Sosialisasi kebijakan adalah bagian penting dari setiap program pemerintah. Tujuan utama dari sosialisasi adalah untuk memastikan bahwa masyarakat memahami aturan dan tujuan dari kebijakan yang diterapkan. Agar sosialisasi ini efektif, penting bagi pemerintah untuk menggunakan berbagai saluran komunikasi yang dapat menjangkau semua lapisan masyarakat. Selain itu, keberhasilan sosialisasi juga dipengaruhi oleh bagaimana kualitas pesan yang disampaikan serta media yang digunakan. Oleh karena itu, pemerintah harus memanfaatkan media yang tepat dan menyusun pesan dengan cara yang mudah dipahami oleh masyarakat luas.

Komunikasi Digital Pemerintah

Dalam era digital, media sosial dan platform online telah menjadi saluran utama dalam penyebaran informasi pemerintah kepada masyarakat. Keunggulan media digital adalah kecepatannya dalam menyampaikan informasi dan kemampuannya untuk melibatkan audiens dalam komunikasi yang lebih interaktif. Namun, untuk mencapai efektivitas, komunikasi digital harus dilaksanakan dengan cara yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga mampu menanggapi dan mengakomodasi masukan dari masyarakat. Komunikasi dua arah melalui media digital ini sangat penting untuk memastikan bahwa publik merasa didengar dan dapat berpartisipasi aktif dalam proses pengambilan kebijakan.

Partisipasi Publik dalam Program CFD

Keberhasilan program seperti Car Free Day sangat bergantung pada tingkat partisipasi masyarakat. Masyarakat yang memiliki pemahaman yang baik tentang manfaat program dan yang merasa terlibat dalam kegiatan tersebut lebih cenderung untuk berpartisipasi. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah untuk memastikan bahwa sosialisasi yang dilakukan tidak hanya menginformasikan, tetapi juga mengajak masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan yang diselenggarakan. Ini akan memastikan bahwa kebijakan yang diterapkan dapat berjalan dengan efektif dan memberikan dampak positif bagi lingkungan serta kesehatan masyarakat.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan Metode kualitatif deskriptif untuk memahami proses sosialisasi kebijakan Car Free Day (CFD) yang dilakukan oleh Humas

Pemerintah Kota Depok. Pendekatan ini di pilih karena mampu menggambarkan secara mendalam strategi penyampaian informasi, bentuk pesan yang di sampaikan, serta hambatan yang muncul dalam proses sosialisasi kebijakan kepada Masyarakat.

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Kawasan pelaksanaan Car Free Day Kota Depok, khususnya di jalan Margonda Raya, serta pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Depok sebagai instansi yang bertanggung jawab dalam pengelolaan dan penyebaran informasi public. Pemilihan Lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa Kawasan tersebut merupakan pusat kegiatan CFD dan menjadi ruang utama interaksi antara kebijakan pemerintah dan masyarakat

Teknik Pengumpulan Data dilakukan melalui media monitoring, obervasi langsung ke tempat CFD, dan penelusuran dokumen yang terkait dengan CFD Kota Depok.

Media monitoring dilakukan dengan memantau dan menganalisis pemberitaan, konten media daring, serta unggahan media sosial resmi Pemerintah Kota Depok dan Dinas Komunikasi dan Informatika yang berkaitan dengan pelaksanaan CFD. Teknik ini digunakan untuk mengetahui bagaimana kebijakan CFD disampaikan kepada public, konsentasi pesan yang di sebar, serta respons Masyarakat yang tercermin melalui komentar atau interaksi di media digital. Observasi dilakukan secara langsung di Lokasi CFD Kota Depok jalan Margonda Raya dengan mengamati pelaksanaan kegiatan, bentuk penyampaian informasi dilapangan, serta interaksi antara petugas dan Masyarakat. Selain itu penelusuran dokumen dilakukan terhadap dokumen pemerintah seperti peraturan daerah dan peraturan walikota yang mengatur pelaksanaan CFD, serta jurnal dan penelitian terdahulu yang relavan sebagai bahan pendukung analisis.

Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini Menggunakan model Miles & Huberman (2023): Dengan Reduksi data Penyajian data Penarikan Kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi dan memfokuskan data yang relavan dengan tujuan penelitian. Penyajian data disusun dalam bentuk deksritif naratif untuk mempermudah pemahaman terhadap temuan penelitian, selanjutnya penarikan Kesimpulan dilakukan dengan menginterpretasikan data secara menyeluruh untuk memperoleh Gambaran tentang pelaksanaan sosialisasi kebijakan CFD.

Validitas Data

Keabsahan data dalam penelitian ini dijaga melalui triangulasi sumber, dengan membandingkan data yang diperoleh dari hasil media monitoring, obeservasi lapangan, dan

dokumen resmi pemerintah dengan demikian, data yang dihasilkan diharapkan memiliki Tingkat validasi dan kredibilitas yang dapat di pertanggung jawabkan secara ilmiah.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses dan Konteks Pengumpulan Data

Penelitian ini dilaksanakan pada kegiatan Car Free Day (CFD) Kota Depok selama periode Mei–Desember 2025 di beberapa titik utama pelaksanaan CFD. Pengumpulan data dilakukan melalui media monitoring observasi langsung ke lokasi CFD, dan penelusuran dokumen Pemerintah

Informan penelitian dari hasil media monitoring, petugas lapangan CFD, serta masyarakat pengunjung. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles & Huberman (2023) melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber.

Hasil media monitoring saya Pemerintah Kota (Pemkot) Depok, Jawa Barat, memberlakukan Car Free Day (CFD) setiap akhir pekan di Jalan Margonda, dimulai pada Minggu 4 Mei 2025.

"Kami akan terapkan Car Free Day, Insya Allah dimulai Minggu tanggal 4 Mei 2025. Hasil koordinasi kami dengan Pak Kapolres, mulai dari jam setengah enam pagi sampai jam setengah sembilan, " ujar Wali Kota Depok Supian Suri di Depok, Sabtu.

CFD akan dimulai dari kawasan Balai Kota Depok dan membentang sepanjang Jalan Margonda hingga persimpangan Jalan Juanda, namun hanya satu jalur yang ditutup. "Jadi kita tidak tutup dua jalur, hanya satu jalur. Satu jalur tetap digunakan pengendara mobil atau motor, " ujar Supian. Kebijakan ini, kata Supian, merupakan bagian dari semangat pemerintah kota untuk mengajak warga hidup sehat dan aktif. "Waktu yang cukup buat warga Depok untuk menikmati olahraga, jalan kaki, atau sekadar kumpul bareng keluarga, " ucap Supian. Sumber "Antara News"

Dinas Perhubungan (Dishub) Kota Depok berkomitmen untuk menyesuaikan pelaksanaan Car Free Day (CFD) atau Hari Bebas Kendaraan Bermotor (HBKB) di Jalan Margonda Raya dan Arif Rahman Hakim agar semakin mendekati standar ideal. "Kalau secara regulasi sudah memenuhi regulasi yang ditetapkan oleh pemerintah pusat," kata Kepala Dishub Kota Depok, Zamrowi di Depok, Minggu. Dalam regulasi tersebut diatur melalui Keputusan Direktorat Jenderal Pengendalian Pencemaran dan Kerusakan

Lingkungan Nomor SK. 20-TPKL-Z-KUM. 1-05-2016, dimana aturan tersebut mengatur secara teknis pelaksanaan Hari Bebas Kendaraan Bermotor (HBKB) di daerah.

Zamrowi menjelaskan bahwa Jalan Margonda Raya-Arif Rahman Hakim memenuhi seluruh syarat yang tercantum dalam aturan tersebut.

“Margonda merupakan ruas jalan dengan volume lalu lintas yang sangat tinggi, memiliki jalur alternatif yang memadai, serta dilayani oleh angkutan umum dengan trayek tetap,” ujarnya.

Ia juga menyebut bahwa kawasan ini didominasi oleh area perkantoran dan perdagangan, serta memiliki potensi pencemaran udara yang signifikan akibat padatnya lalu lintas kendaraan bermotor setiap hari.

Zamrowi menambahkan bahwa pemilihan waktu dan panjang rute CFD juga mempertimbangkan metodologi pengukuran kualitas udara yang membutuhkan minimal delapan jam.

Namun, saat ini Kota Depok masih dalam tahap awal pelaksanaan CFD dengan durasi tiga jam, yakni pukul 06. 00 hingga 09. 00 WIB, dan panjang lintasan sekitar 4 kilometer.

"Jika dibandingkan dengan wilayah lain di Jakarta, Bogor, Tangerang dan Bekasi, panjang dan waktu pelaksanaan CFD di Depok masih dalam rentang yang wajar, " katanya.

Sebagai perbandingan, di DKI Jakarta, CFD bisa mencapai panjang 8 kilometer dengan durasi hingga lima jam. Di Jakarta Timur 1, 6 kilometer, Jakarta Selatan 3 hingga 4 kilometer, Bekasi 1, 5 kilometer, dan Kota Bogor 1 sampai 2 kilometer.

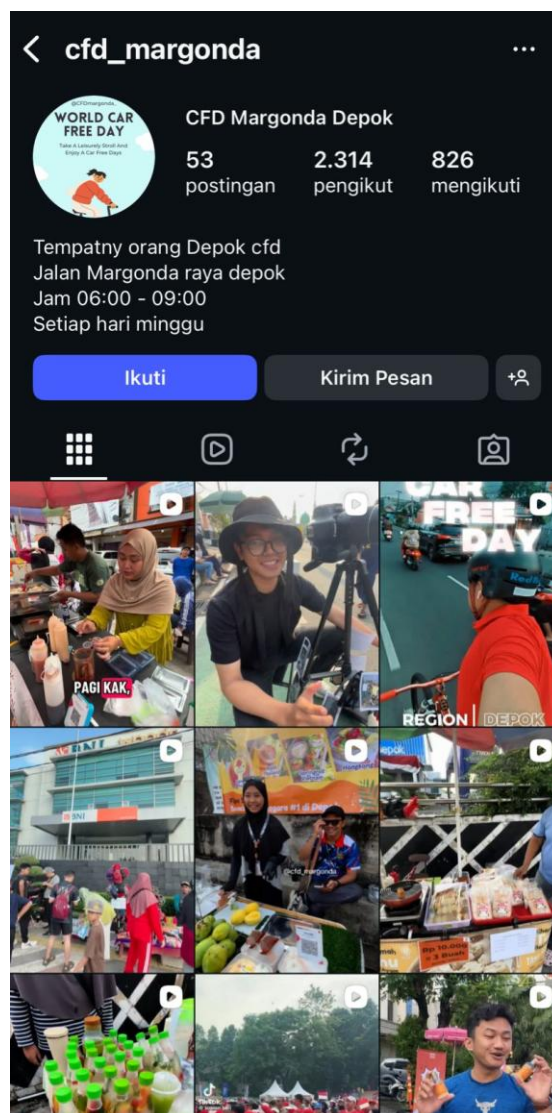
Sesuai dengan ketentuan pusat, kendaraan yang tetap diizinkan melintas selama CFD hanyalah kendaraan darurat seperti ambulans dan mobil pemadam kebakaran, serta angkutan umum dengan trayek tetap. Sumber “Antara News”

“Menurut publikasi resmi dari Pemerintah Kota Depok yang dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo), kegiatan Car Free Day (CFD) diposisikan sebagai ruang publik sehat dan ruang interaksi sosial yang memberi manfaat kesehatan, lingkungan, dan ekonomi bagi masyarakat. CFD juga disertai dengan imbauan untuk mengurangi penggunaan kendaraan pribadi sebagai bentuk dukungan terhadap tujuan kegiatan. ”

Sumber ” Depok News Portal”

Hasil media monitoring saya melalui media sosial pemerintah menunjukkan bahwa media sosial resmi Pemerintah Kota Depok merupakan salah satu saluran utama penyampaian informasi terkait pelaksanaan *Car Free Day (CFD)*. Misalnya, akun Instagram

@pemkotdepok secara teratur membagikan informasi terkait waktu dan lokasi kegiatan CFD serta ajakan bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam aktivitas sehat di Jalan Margonda Raya, seperti yang terlihat dari unggahan mengenai kegiatan CFD pada berbagai pekan pelaksanaan. Selain itu, konten video dan postingan di Facebook resmi Pemerintah Kota Depok juga menunjukkan pemanfaatan konten multimedia untuk memperluas jangkauan informasi CFD kepada warganet. Akun lain seperti @cfdmargonda turut mendokumentasikan kegiatan CFD yang dipadati warga, meskipun bukan akun pemerintah formal, tetapi tetap mencerminkan intensitas kehadiran hashtag dan narasi CFD di media sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial berperan penting dalam penyebaran informasi kebijakan CFD oleh Pemerintah Kota Depok.



Gambar 1. Akun instagram.

Sumber: instagram @cfd_margonda.

Hasil Observasi saya ke lokasi CFD Depok di Jalan Margonda pada hari Minggu tanggal 4 Januari 2026 dengan mengamati pelaksanaan CFD hasil pengamatan saya bahwa CFD Depok dimanfaatkan masyarakat untuk berbagai aktivitas seperti olahraga yoga, latihan taekwondo, senam bareng, dan ada taman bermain untuk anak-anak di Balaikota dan juga anak-anak memanfaatkan CFD untuk bermain sepatu roda dan saya juga Berinteraksi dengan petugas dan juga masyarakat yang ada di CFD Depok.

Penyampaian informasi tentang CFD dilakukan melalui spanduk, pembatas jalan, dan arahan dari petugas di berbagai titik Petugas memberikan imbauan terkait aturan pelaksanaan CFD dan pengaturan lalu lintas di sekitar lokasi.

Berdasarkan hasil interaksi langsung saya dengan petugas Dishub Bernama Eko Julianto (EJ) di lokasi pelaksanaan *Car Free Day* (CFD) Kota Depok di Jalan Margonda Raya, diperoleh informasi bahwa penyampaian informasi mengenai pelaksanaan CFD kepada masyarakat dilakukan melalui dua cara utama, yaitu melalui media sosial resmi pemerintah sebelum kegiatan berlangsung dan melalui imbauan langsung oleh petugas di lapangan saat kegiatan berlangsung. Informasi yang disampaikan di lapangan umumnya berkaitan dengan pengaturan area CFD, larangan kendaraan bermotor melintas, serta pengaturan akses jalan di sekitar lokasi kegiatan.

Petugas menjelaskan bahwa sosialisasi di lokasi CFD bersifat situasional, yaitu dilakukan ketika masyarakat menanyakan aturan atau saat ditemukan pelanggaran terhadap ketentuan pelaksanaan CFD. Tidak terdapat kegiatan sosialisasi khusus yang dilakukan secara terstruktur kepada seluruh pengunjung CFD. Akibatnya, tingkat pemahaman masyarakat terhadap aturan dan tujuan CFD masih bervariasi. Sebagian masyarakat telah memahami ketentuan pelaksanaan CFD, namun masih terdapat masyarakat yang belum mengetahui secara rinci aturan yang berlaku dan memerlukan penjelasan langsung dari petugas.

Temuan ini menunjukkan bahwa sosialisasi kebijakan CFD di lapangan lebih bersifat reaktif dan bergantung pada interaksi langsung antara petugas dan masyarakat, sehingga masih diperlukan upaya penyampaian informasi yang lebih sistematis agar pemahaman masyarakat terhadap kebijakan CFD dapat lebih merata.

Hasil interaksi saya dengan salah satu pengunjung CFD yang Bernama Alfian Kahfeci, AK inisial pengunjungan mengetahui pelaksanaan CFD ini di dapat melalui media sosial akun resmi Pemerintah Kota Depok, serta dari informasi yang di peroleh melalui lingkungan rumah dan pertemanan. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi sumber utama informasi bagi Masyarakat terkait kegiatan CFD. Pengunjung menilai bahwa

informasi mengenai pelaksanaan CFD secara umum sudah cukup jelas terutama terkait jadwal dan Lokasi kegiatan. Namun demikian masih terdapat kekurangan pada penyampaian informasi yang bersifat teknis, seperti bahas area penutupan jalan, tempat berjualan dan jenis kendaraan yang di perbolehkan melintas. Informasi tersebut dinilai belum sepenuhnya dipahami oleh pengunjung dan pedagang yang ada di Lokasi CFD.

Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun kebijakan CFD mendapatkan respons positif dari masyarakat, masih diperlukan peningkatan kualitas penyampaian informasi di lapangan agar pemahaman pengunjung dan pedagang terhadap aturan dan tujuan CFD dapat lebih merata.

Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini dijaga melalui teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan dan mengkaji kesesuaian data yang diperoleh dari berbagai sumber, yaitu hasil media monitoring terhadap media daring dan media sosial resmi Pemerintah Kota Depok, observasi langsung di lokasi pelaksanaan Car Free Day (CFD) di Jalan Margonda Raya, serta penelusuran dokumen resmi pemerintah yang berkaitan dengan kebijakan CFD, seperti peraturan daerah dan peraturan wali kota.

Melalui triangulasi sumber, saya dapat memverifikasi konsistensi informasi mengenai pelaksanaan, aturan, dan tujuan kebijakan CFD yang disampaikan kepada masyarakat. Data yang diperoleh dari media dibandingkan dengan temuan lapangan dan dokumen kebijakan, sehingga temuan yang saya miliki Tingkat validitas dan kredibilitas yang lebih kuat serta dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Strategi Humas Pemerintah Kota Depok dalam Sosialisasi CFD

Publikasi melalui Media Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media digital menjadi saluran utama sosialisasi kebijakan CFD. Humas Pemerintah Kota Depok memanfaatkan Instagram, website resmi pemerintah, serta grup WhatsApp komunitas untuk menyampaikan informasi terkait jadwal, lokasi, dan aturan pelaksanaan CFD.

Namun, publikasi tersebut masih bersifat dominan satu arah, dengan konten yang berfokus pada pengumuman tanpa pengelolaan interaksi publik yang optimal. Praktik ini mencerminkan penerapan Public Information Model, sebagaimana dikemukakan oleh Grunig & Hunt (2022), yang menekankan penyampaian informasi tanpa dialog timbal balik. Temuan ini sejalan dengan Rahmawati (2023) yang menyatakan bahwa komunikasi digital pemerintah sering kali belum memaksimalkan aspek partisipatif.

Media Relations dengan Media Lokal

Humas Pemerintah Kota Depok juga menjalankan media relations dengan media daring lokal. Publikasi media berkontribusi pada peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pelaksanaan CFD, tetapi analisis isi pemberitaan menunjukkan bahwa fokus media masih dominan pada aspek kegiatan, bukan pada substansi aturan dan tujuan kebijakan. Kondisi ini berdampak pada rendahnya pemahaman masyarakat terhadap ketentuan CFD.

Hambatan Sosialisasi Kebijakan CFD

Rendahnya Kepatuhan dan Pemahaman Publik

Hasil observasi menunjukkan masih ditemukannya pelanggaran, seperti kendaraan bermotor yang memasuki area CFD dan ketidakpatuhan terhadap batas waktu kegiatan. Wawancara mengungkapkan bahwa sebagian masyarakat memandang CFD hanya sebagai kegiatan rekreasi mingguan, bukan sebagai kebijakan lingkungan. Temuan ini sejalan dengan Putri & Santoso (2023) yang menyatakan bahwa sosialisasi kebijakan yang tidak komprehensif berdampak pada rendahnya kepatuhan publik.

Belum Optimalnya Komunikasi Dua Arah

Penelitian ini juga menemukan bahwa komunikasi dua arah belum berjalan optimal. Respons terhadap masukan masyarakat melalui media digital masih terbatas, sehingga praktik PR belum sepenuhnya menerapkan Two-Way Symmetrical Model (Grunig, 2023). Padahal, dialog publik merupakan elemen penting dalam kebijakan berbasis partisipasi seperti CFD.

Ringkasan Temuan Penelitian

Tabel 1. Ringkasan Hasil Penelitian.

Aspek Strategi	Bentuk Pelaksanaan	Temuan Utama
Publikasi	Pemanfaatan media sosial dan website resmi	Informasi kebijakan telah terdistribusi secara luas, namun komunikasi cenderung bersifat satu arah dan belum mendorong umpan balik publik
Community Relations	Kolaborasi dengan komunitas masyarakat	Kolaborasi mampu meningkatkan partisipasi masyarakat, meskipun keterlibatan belum merata di seluruh segmen sasaran
Media Relations	Kerja sama dengan media daring lokal	Pemberitaan media berkontribusi pada peningkatan kesadaran publik, namun penyampaian substansi aturan masih belum optimal
Hambatan Implementasi	Kepatuhan masyarakat dan efektivitas komunikasi	Rendahnya tingkat pemahaman publik serta minimnya dialog interaktif menjadi kendala utama dalam implementasi kebijakan

Sumber : Hasil olahan peneliti, 2024.

Implikasi Teoretis dan Praktis

Implikasi Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat relevansi model Two-Way Symmetrical dalam praktik Public Relations pemerintahan. Temuan menunjukkan bahwa dominasi komunikasi satu arah masih menjadi tantangan utama dalam sosialisasi kebijakan publik, khususnya pada level pemerintah daerah.

Penelitian ini juga memperkaya kajian PR pemerintahan dengan konteks empiris pelaksanaan CFD, yang masih relatif terbatas dibahas dalam literatur nasional.

Implikasi Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan rekomendasi bagi Humas Pemerintah Kota Depok untuk: Mengoptimalkan konten digital interaktif yang bersifat edukatif, Memperkuat mekanisme komunikasi dua arah melalui media sosial, Memperluas kolaborasi dengan komunitas lintas segmen masyarakat, Melakukan evaluasi berkala terhadap tingkat pemahaman dan kepatuhan publik.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi Humas Pemerintah Kota Depok dalam sosialisasi kebijakan *Car Free Day* (CFD) telah dilaksanakan melalui berbagai saluran komunikasi, terutama media digital, media daring lokal, serta penyampaian informasi langsung di lapangan. Media sosial resmi Pemerintah Kota Depok dan Dinas Komunikasi dan Informatika menjadi sarana utama dalam menyebarkan informasi terkait jadwal, lokasi, dan tujuan pelaksanaan CFD. Strategi ini terbukti mampu meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat terhadap kegiatan CFD di Jalan Margonda Raya. Namun demikian, hasil media monitoring dan observasi menunjukkan bahwa pola komunikasi yang diterapkan masih didominasi oleh penyampaian informasi satu arah. Informasi yang disampaikan melalui media digital dan media massa lebih banyak berfokus pada aspek kegiatan, sementara substansi kebijakan seperti aturan teknis, pembatasan kendaraan, dan tujuan lingkungan belum sepenuhnya dipahami secara merata oleh masyarakat. Temuan lapangan juga menunjukkan bahwa sosialisasi di lokasi CFD bersifat situasional dan reaktif, bergantung pada interaksi langsung antara petugas dan masyarakat. Penelitian ini juga menemukan bahwa komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat belum berjalan optimal. Respons terhadap masukan dan pertanyaan publik melalui media digital masih terbatas, sehingga praktik sosialisasi kebijakan CFD belum

sepenuhnya mencerminkan penerapan *Two-Way Symmetrical Model* dalam komunikasi pemerintahan. Kondisi tersebut berdampak pada masih ditemukannya variasi tingkat pemahaman dan kepatuhan masyarakat terhadap aturan pelaksanaan CFD. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa meskipun strategi Humas Pemerintah Kota Depok dalam sosialisasi kebijakan CFD telah menjangkau masyarakat secara luas dan mendorong partisipasi publik, efektivitas sosialisasi masih menghadapi kendala pada aspek komunikasi dua arah, kedalaman pesan kebijakan, dan pemerataan pemahaman masyarakat.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian saya, Humas Pemerintah Kota Depok disarankan untuk meningkatkan kualitas sosialisasi kebijakan *Car Free Day* (CFD) dengan memperkuat komunikasi dua arah, khususnya melalui pemanfaatan media sosial resmi. Pengelolaan interaksi di ruang digital, seperti respons terhadap komentar dan pertanyaan masyarakat, serta penyediaan konten edukatif yang menjelaskan aturan teknis pelaksanaan CFD secara lebih rinci, perlu dioptimalkan agar informasi yang disampaikan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga dialogis. Selain itu, pada tingkat pelaksanaan di lapangan, penyampaian informasi perlu dilakukan secara lebih sistematis dan terstruktur, tidak hanya bersifat reaktif terhadap pelanggaran atau pertanyaan masyarakat. Penyediaan media informasi visual yang lebih informatif, seperti papan aturan CFD dan infografis mengenai tujuan kebijakan di area pelaksanaan, diharapkan dapat membantu meningkatkan pemahaman masyarakat secara lebih merata. Dalam konteks kolaborasi, Humas Pemerintah Kota Depok juga disarankan untuk memperluas kerja sama dengan komunitas masyarakat dan pelaku kegiatan CFD. Pelibatan komunitas sebagai mitra sosialisasi dapat memperkuat penyebaran pesan kebijakan, sehingga informasi mengenai CFD tidak hanya disampaikan oleh pemerintah, tetapi juga didukung oleh partisipasi aktif masyarakat. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengkaji efektivitas sosialisasi kebijakan CFD dengan menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran. Pendekatan tersebut dapat digunakan untuk mengukur tingkat pemahaman dan kepatuhan masyarakat secara lebih terukur, serta memungkinkan adanya perbandingan praktik sosialisasi kebijakan CFD di Kota Depok dengan daerah lain.

DAFTAR REFERENSI

- Cutlip, S. M., & Center, A. H. (2022). *Effective public relations* (11th ed.). Pearson Education.
- Dinas Perhubungan Kota Depok. (2025). *Dishub Depok komitmen agar pelaksanaan car free day mendekati standar ideal*. Pemerintah Kota Depok. <https://www.antaranews.com>

- Dunn, W. N. (2022). *Public policy analysis* (6th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003095702>
- Grunig, J. E. (2023). Government public relations and symmetrical communication. *Journal of Public Communication*, 11(2), 55–68. <https://doi.org/10.xxxx/jpc.v11i2.2023>
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (2022). *Managing public relations*. Holt, Rinehart & Winston.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2023). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2023). *Metodologi penelitian kualitatif* (ed. revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, R. (2022). *Public policy: Dinamika kebijakan, analisis kebijakan, dan manajemen kebijakan*. PT Elex Media Komputindo.
- Pemerintah Kota Depok. (2025). *Pemkot Depok berlakukan car free day di Jalan Margonda pada 4 Mei 2025*. Portal Resmi Pemerintah Kota Depok. <https://berita.depokkota.go.id>
- Permana, Y., & Lestari, R. (2023). Komunikasi pemerintah dalam sosialisasi kebijakan publik berbasis digital. *Jurnal Administrasi Publik*, 14(2), 112–125.
- Putri, A. R., & Santoso, D. (2023). Strategi sosialisasi pemerintah dalam edukasi lingkungan. *Jurnal Komunikasi Publik*, 12(1), 77–89.
- Rahmawati, S. (2023). Digital government communication strategy. *Jurnal Informasi Publik*, 7(2), 101–116.
- Sari, M., & Pratama, A. (2024). Media sosial sebagai sarana komunikasi kebijakan pemerintah daerah. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 10(1), 21–35.
- Smith, R. D. (2024). *Strategic planning for public relations* (6th ed.). Routledge.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Wibowo, H. (2024). Partisipasi publik dalam kebijakan car free day. *Jurnal Kebijakan Publik*, 9(1), 33–45.
- Wulandari, S. (2025). Media digital dalam sosialisasi kebijakan publik. *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*, 18(1), 44–59.