



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## Pendahuluan

### 1.1 Latar Belakang

Sebuah survei yang diselenggarakan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia pada 2012 mencapai 63 juta orang atau 24,23 persen dari total populasi negara ini, angka ini diprediksi naik sekitar 30 persen menjadi 82 juta pengguna di tahun 2013 dan akan terus tumbuh menjadi 107 juta pada 2014 dan 139 juta atau 50 persen total populasi pada 2015. Data ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki potensi besar pengguna internet di Indonesia yang dapat dimanfaatkan oleh banyak organisasi baik profit dan non-profit untuk berbagai tujuan seperti tujuan promosi atau persebaran informasi.

Instansi pemerintahan pun tak luput dari pengaruh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, terutama internet. Perkembangan teknologi ini telah mempengaruhi berbagai kegiatan dalam bidang pemerintahan. Kegiatan pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan pemerintahan kini umum disebut sebagai *e-government*. *E-government* merupakan bentuk penggunaan teknologi informasi yang membantu kegiatan pemerintahan serta pelayanan publik secara otomatis. Salah satu contoh dari pemanfaatan media baru dalam Instansi Pemerintahan di Indonesia adalah Instansi pemerintahan di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang memanfaatkan penggunaan situs web sebagai media PR, dengan tujuan selain untuk menerbitkan berita-berita terkait dengan

daerah juga untuk meningkatkan citra pariwisata daerah dan mendukung *campaign 'Jogja Never Ending Asia'* Selain itu aktivitas-aktivitas administrasi kenegaraan, informasi administrasi di beberapa lembaga kenegaraan, permohonan surat-surat penting, sampai kepada pembayaran layanan tertentu maupun pendaftaran calon pegawai negeri sipil (CPNS), secara singkat pelayanan informasi sampai pelayanan publik bisa dilakukan dengan mudah dengan keberadaan *e-government* yang memanfaatkan media baru.

Salah satu trend dalam kegiatan pemerintahan yang memanfaatkan teknologi adalah konsep *smart city* atau kota cerdas yang diyakini dapat menyelesaikan berbagai masalah perkotaan dan pelayanan publik dengan melakukan pemanfaatan terhadap teknologi. Beberapa kota besar di Indonesia kini berlomba-lomba dalam penerapan konsep *Smart City*, seperti yang dilakukan oleh kota Surabaya dan Bandung yang kini telah memanfaatkan teknologi informasi untuk menciptakan penataan kota yang lebih baik serta pelayanan publik terpadu dan *paperless*.

Untuk menciptakan pemahaman masyarakat akan konsep *smart city* tentunya dibutuhkan upaya edukasi dari pemerintah. Salah satu satuan kerja perangkat daerah yang bertugas dalam memberikan informasi serta edukasi kepada publik adalah Dinas Kehumasan atau humas pemerintah.

Turut dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, tugas humas pemerintah (*government public relations*) pun kini telah bertransformasi menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Transformasi

humas pemerintah ini didukung oleh undang-undang keterbukaan informasi publik :

- 1) UU 1945, Pasal 28 F: Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki dan menyimpan informasi.
- 2) UU No 14/2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik: Menjamin hak warga negara untuk mengetahui rencana pembuatan kebijakan publik, program kebijakan publik, dan proses pengambilan keputusan publik, serta alasan pengambilan suatu keputusan publik.

Undang-undang keterbukaan informasi publik menuntut akan adanya aliran informasi yang jelas dan memadai untuk kepentingan masyarakat. Pengadaan informasi serta edukasi publik yang merupakan salah satu tugas humas pemerintah.

Perkembangan teknologi dan semakin maraknya penggunaan media digital pun menjadi tantangan bagi Humas pemerintah dalam menjalankan tugasnya. Tak dapat dihindari lagi, praktik kegiatan sehari-hari maupun pendukungnya yang dilakukan dengan menggunakan media *cyber* / media digital kini telah digunakan oleh banyak pihak. Penggunaan *media digital* pun dinilai jauh lebih efektif dibandingkan dengan komunikasi yang menggunakan media konvensional karena penggunaan *budget* yang lebih rendah, serta penggunaan *media digital* dianggap memberikan dampak dan manfaat yang lebih besar karena dapat mempermudah

penggunanya dalam menyebarkan informasi atau mempromosikan produk / jasa kepada target pasar mereka tanpa terhalang oleh batasan wilayah.

Keberadaan media digital mempermudah kegiatan *Public Relations*. Kegiatan *Public Relations* yang memanfaatkan media digital ini disebut sebagai *Cyber Public Relations* atau *Cyber PR*. Keberadaan media digital memberikan fasilitas bagi para *PR Officer* untuk dapat menyebarkan pesan dengan cepat dan pengukuran yang lebih mudah, terlebih keberadaan Internet dan *Sosial media* dapat mempermudah kegiatan seorang *PR Officer* untuk membangun serta menjaga hubungan baik dengan publik nya. Keberadaan media digital dengan berbagai *tools* nya yang praktis menciptakan efisiensi bagi kegiatan PR sebagai penyebar informasi dan dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan. Hal serupa tentunya juga berlaku pada Humaspem dengan tugas-tugas pelayanan informasi dan pelayanan publik yang menjadi faktor yang harus dicermati.

Peran *Public Relations* atau humas dalam instansi pemerintahan selain dari pada pelayanan publik dan pelayanan informasi adalah untuk mengetahui opini publik dan mendorong masyarakatnya untuk berpartisipasi aktif dengan kegiatan-kegiatan yang digagas oleh pemerintah. Oleh karena itu instansi pemerintahan menggunakan media baru / media *cyber* untuk alasan yang beragam, bisa sebagai sarana untuk melakukan transparansi, kemudahan proses birokrasi, sebagaimana peran dari dari humas pemerintah untuk membuka akses serta persebaran informasi.

Perlu diperhatikan instansi pemerintahan tidak seperti perusahaan atau organisasi lainnya yang memiliki *target audience* yang spesifik, *audience* mereka

meliputi seluruh anggota masyarakat yang tinggal di suatu wilayah pemerintahan, tanpa ada batasan usia, gender, ras, agama dan golongan. Media digital sendiri berbeda dengan media konvensional yang memiliki *target audience* atau *stakeholders* khusus, media digital tidak memiliki batasan akan siapa yang menjadi konsumennya. Terlebih masyarakat Ibukota Jakarta pada umumnya adalah masyarakat urban pengguna Internet dengan akses aktif melalui komputer maupun telepon genggam dan dilakukan setiap hari, sehingga tentunya pemanfaatan media digital diperlukan untuk dapat menjangkau khalayaknya walau tentunya tanpa meninggalkan penggunaan media konvensional dikarenakan sejumlah kelompok masyarakat masih aktif dalam penggunaan media konvensional dalam kegiatan mereka untuk mendapatkan informasi.

Oleh karena faktor ini dan sebagaimana yang telah disampaikan sebelumnya, dengan keberadaan media baru serta penggunaannya yang *massive* dan arus informasi yang semakin cepat, masyarakat semakin menuntut akan adanya keterbukaan dan keberadaan ruang untuk partisipasi. Alasan lainnya adalah persepsi publik yang menganggap tugas PR sangat identik dengan kegiatan *image making* dan *spinning facts* yang memiliki konotasi negatif, sehingga menuntut Humas Pemerintah untuk melakukan transformasi. Disinilah badan PR atau Kehumasan instansi pemerintahan perlu melakukan perannya baik untuk melakukan pengontrolan dan pengawasan informasi juga untuk menciptakan komunikasi dua arah yang balik dengan harapan untuk menciptakan pemahaman antara kedua belah pihak, tentunya dengan tujuan agar dapat memenuhi kebutuhan dari para publiknya.

Keberadaan media baru pun telah mempermudah segala proses pelayanan dari Institusi pemerintah (yang umumnya dalam bentuk jasa), banyak pelayanan prosedural kini sudah tersedia melalui *website-website* pemerintahan, informasi pun dengan mudah bisa didapatkan, kebutuhan dan suara masyarakat juga dapat dipantau secara *real time*. Fungsi serta tugas PR pemerintah ini tentunya memberikan banyak manfaat baik untuk membangun harmonisasi dan mekanisme kerja yang kondusif dalam badan pemerintahan dan juga mendapatkan pemahaman serta dukungan dari masyarakat.

Instansi Pemerintahan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta yang merupakan Ibukota Negara pun tentunya tidak ketinggalan dalam melakukan penerapan serta pemanfaatan media digital dalam basis rutin kegiatan-kegiatan mereka setiap harinya, utamanya pada badan kehumasan yang secara aktif akan banyak bersentuhan dengan berbagai informasi dan jadwal-jadwal penting untuk diseminasi. Sama dengan organisasi lain pada umumnya kini, kegiatan-kegiatan dalam kantor pemerintahan pun banyak bertumpu pada penggunaan media baru, dimulai dari pemanfaatan intranet yang digunakan untuk sistem atau penghubung *flow* kerja antar karyawan dalam kantor sampai ke internet untuk hubungan antara Instansi dengan dunia luar.

Melihat kecenderungan yang signifikan terhadap penggunaan teknologi, diperlukan terobosan dari pemerintah agar apa yang terjadi sekarang dapat disampaikan secara utuh pada waktu yang sesegera mungkin. Untuk mengelola hal itu, diperlukan sumber daya yang mampu mengelola informasi melalui media baru secara online. Aktivitas Humas dari Instansi Pemerintahan sendiri

sebagaimana yang telah disampaikan adalah untuk menyampaikan informasi - informasi penting berkaitan dengan regulasi dan kebijakan yang tentunya akan memiliki dampak bagi kehidupan masyarakat dan semuanya akan mengarah kepada perkembangan pembangunan dan pertumbuhan ekonomi dengan tujuan untuk menciptakan kehidupan yang lebih baik bagi masyarakat nya. Oleh karena itu, dibutuhkan program-program komunikasi yang dapat mendukung percepatan nya, kerana pada akhirnya, untuk mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik, tentu nya harus dimulai dari tata komunikasi yang baik.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Pemanfaatan media baru dalam kegiatan kehumasan dalam badan pemerintahan kini begitu mendesak dilakukan dikarenakan arus informasi yang semakin cepat, *massivenya* penggunaan media baru di kalangan publik dari organisasi pemerintah serta tuntutan akan informasi dan pelayanan publik yang lebih baik.

Sosialisasi penggunaan program *Smart City* kepada masyarakat berupaya untuk melakukan perubahan kualitas pelayanan, pengawasan sampai kehidupan di Ibukota Jakarta menjadi lebih baik. Untuk mencapai hal ini diperlukan promosi dan sosialisasi agar masyarakat dapat mengenal dan mengetahui mengenai *Smart City*. Agar dapat dapat berhasil mencapai tujuannya, sosialisasi ini membutuhkan strategi dan perencanaan yang tertata dan dikelola baik. Akan dibutuhkan serangkaian aktivitas yang berisi langkah-langkah yang harus dijalankan dalam sosialisasinya.

Penelitian kali ini akan mengarah pada analisis yang akan memberikan gambaran mengenai kegiatan badan Humas Pemerintah Provinsi DKI Jakarta yang diwakili oleh Jakarta Smart City dalam memanfaatkan media baru serta proses perencanaan dan pelaksanaan kegiatan komunikasi dalam pelaksanaan sosialisasi Smart City. Perlu diperhatikan bahwa penelitian ini tidak berusaha untuk melihat ada atau tidaknya perubahan perilaku sebagai akibat dari sosialisasi program ini. Pertanyaan penelitian yang diajukan disini adalah:

1. Bagaimana bentuk pemanfaatan PR Digital dalam mensosialisasikan program dan kebijakan publik Pemerintah Provinsi DKI Jakarta yang dilakukan oleh Jakarta Smart City?
2. Bagaimana strategi komunikasi *online* dari Jakarta *Smart City* yang dilaksanakan oleh Jakarta Smart City melalui program komunikasi digital dalam rangka mensosialisasikan program dan kebijakan publik?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Dari uraian latar belakang di atas, di mana digambarkan pentingnya strategi yang tepat dalam menjalankan pelaksanaan kegiatan sosialisasi. Maka dapat disimpulkan bahwa yang tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan PR digital untuk mensosialisasikan program dan kebijakan publik Pemerintah Provinsi DKI Jakarta yang dilaksanakan oleh Jakarta Smart City

2. Untuk mengetahui strategi komunikasi *online* dari *Smart City* yang dilaksanakan oleh tim Jakarta Smart City melalui program komunikasi digital dalam rangka menyosialisasikan Jakarta *Smart City*?

## 1.4 Signifikansi Akademis dan Praktis

### 1.4.1 Signifikansi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat semakin memperkaya studi ilmu komunikasi, khususnya dalam disiplin *Public Relations* dan hubungannya dengan penggunaan media online dalam aktivitas *public relations*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan konsep dan teori pada bidang yang terpilih, serta mampu menjawab permasalahan serta fenomena komunikasi.

Secara akademis juga penelitian ini akan bermanfaat bagi sejumlah pihak yang hendak merencanakan kampanye *Public Relations* dengan menggunakan media digital sebagai saluran utama. Serangkaian analisis dari proses pengembangan dan pelaksanaan strategi kampanye ini, yang ditampilkan dalam penelitian akan memberikan tambahan informasi bagi upaya sosialisasi sejenis.

Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih mengenai konsep *Smart City* serta kegiatan- kegiatan pemanfaatannya, serta menjadi acuan bagi penelitian sejenis berikutnya.

### 1.4.2 Signifikansi Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah mengungkap pelaksanaan pengelolaan program komunikasi dan strategi penggunaan PR Digital / *Cyber PR* secara real. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak - pihak yang terkait dalam upaya penggunaan media digital, serta menjadi referensi untuk program - program yang menggunakan media digital atau *digital media based campaign*.

Penelitian ini pun diharapkan secara khusus dapat menjadi masukan yang berguna bagi lembaga-lembaga yang terkait di dalam pelaksanaan sosialisasi program *Smart City*. Sejumlah informasi yang ada di dalam penelitian ini diharapkan akan menjadi masukan yang berharga bagi Pemerintah Provinsi DKI Jakarta maupun tim pengelola Jakarta Smart City.

UMMN