

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dicirikan oleh konvergensi teknologi, normalisasi, serta kecerdasan intelektual dan internet (Castelnovo et al., 2016). Perkembangan teknologi direspon secara massif dengan mengimplementasikan kota cerdas (*smart city*). Kota yang cerdas memanfaatkan intensif teknologi informasi dan komunikasi di era modern yang memiliki banyak manfaat dan kegunaan (Almeida et al., 2018). Hal tersebut dibuktikan dengan adanya berbagai kota di seluruh dunia yang melihat kemungkinan untuk mengatasi tantangan dengan mengadopsi konsep '*smart city*' dalam kehidupan tata kota (Allwinkle & Cruickshank, 2011; Ruhlandt, 2018). Salah satu tujuan utama kota cerdas adalah meningkatkan kualitas hidup di kota, seperti mengatasi masalah meningkatnya urbanisasi, serta berfokus pada kesejahteraan (Pereira et al., 2018).

Smart City melibatkan penciptaan hubungan baru antara teknologi dan masyarakat (A. J. Meijer et al., 2016). Interaksi antara inovasi sosial dan teknologi memberikan dinamika universal yang mendorong generasi model baru pemerintahan yang terintegrasi dan partisipatif, inklusif dan terbuka (Ludlow, 2017). Konsep *Smart City* menyiratkan perkembangan yang komprehensif dalam manajemen dan

pengembangan kota. Hal ini menunjukkan keseimbangan dari faktor teknologi, ekonomi dan sosial yang terlibat dalam ekosistem perkotaan (Monzon, 2015).

Perkembangan perkotaan telah menghasilkan perubahan paradigma di abad ke-21. Hal tersebut menyebabkan adanya partisipasi langsung dari entitas industri dan politik, praktisi, dan komunitas ilmiah (Eremia et al., 2017). Pilihan dan dinamika politik dan administratif menentukan pemerintahan untuk menerapkan *Smart City* guna dikembangkan (A. Meijer, 2016). Fokus *Smart City* untuk pemerintah biasanya lebih terfokus pada bagaimana kota dapat meningkatkan ekonomi perkotaan, kualitas hidup, dan berbagai masalah dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (TIK; Gil-Garcia, Helbig, & Ojo, 2014).

Kota pintar diklaim menyediakan model yang efektif dengan manajemennya yang sukses dengan rangsangan dan lokasi untuk kreativitas dan inovasi dunia bersama dengan memberikan kualitas hidup dan tempat yang tinggi, dan dampak rendah terhadap lingkungan (Angelidou 2014; Heo et al. 2014). Caragliu et al., (2011) menyatakan bahwa kota-kota ini ‘pintar’ dalam investasi modal manusia dan sosial, infrastruktur komunikasi tradisional (transportasi) dan modern (TIK) mendorong pembangunan ekonomi berkelanjutan dan kualitas hidup yang tinggi, dengan pengelolaan alam yang bijaksana, melalui aksi dan keterlibatan partisipatif (Yigitcanlar, 2015).

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) hadir untuk mengubah tata kelola kota menjadi ‘Kota Pintar’ ketika teknologi diintegrasikan dalam strategi untuk

meningkatkan partisipasi dan produksi bersama warga negara (Webster & Leleux, 2018). Peranan aktif masyarakat menjadi penting sebagai penentu arah perkembangan sebuah kota. Salah satu kunci keberhasilan *smart city* di beberapa negara dunia adalah partisipasi aktif warga masyarakatnya sebagai penerima manfaat (Warsilah, 2016).

Smart city memiliki enam dimensi, diantaranya adalah *smart living, smart environmental, smart mobility, smart people, smart economy, and smart governance*. Penelitian ini akan membahas lebih jauh tentang *smart governance*. *Smart governance* dipahami sebagai pemanfaatan teknologi yang cerdas dalam memproses informasi dan pengambilan keputusan (Pereira et al., 2018). *Smart government* hadir sebagai salah satu fitur yang penting dalam dunia pemerintahan. *Smart governance* memberikan klaim bahwa saat ini di era teknologi yang semakin berkembang, pemerintah daerah harus semakin aktif dalam berkolaborasi antar elemen, berpartisipasi dan terus bertindak transparan demi terwujudnya kepercayaan masyarakat dan pemerintahan yang akuntabel.

Salah satu bentuk partisipasi aktif masyarakat ialah dengan memanfaatkan media sosial. Pada era *smart government*, sosial media masih dalam proses bangkit dan baru mulai akan dimanfaatkan. Namun saat era *smart governance*, media sosial memegang peranan penting dalam setiap kebijakan yang akan diambil oleh pemerintah karena media sosial memiliki dampak yang kuat.

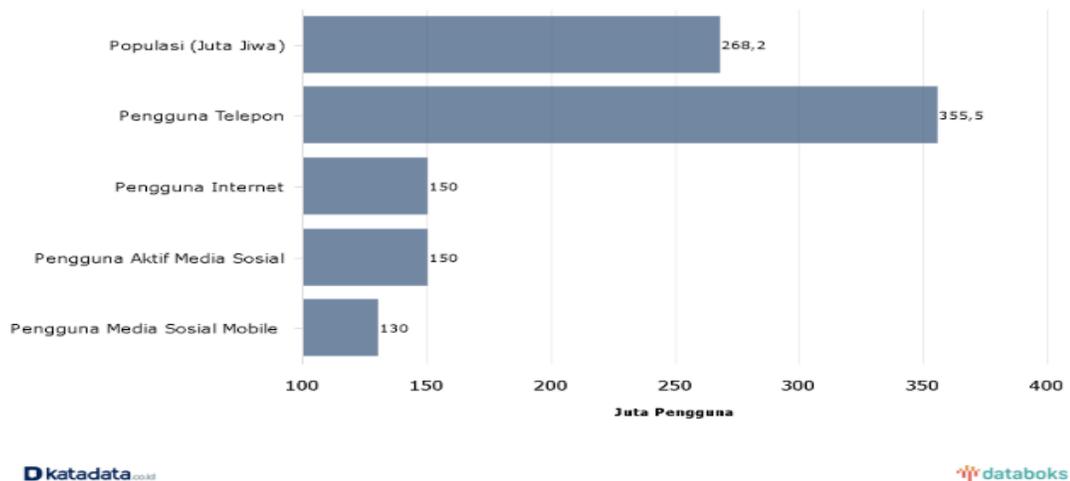
Penggunaan media sosial dan TIK meningkatkan kolaborasi di antara berbagai pemangku kepentingan, memungkinkan umpan balik dan mempromosikan partisipasi

warga (Verma et al., 2017). Salah satu perubahan utama sejak 1989 adalah munculnya media sosial (Djerf-Pierre & Pierre, 2016). Setiap hari, jutaan penduduk kota berbagi pengamatan, pemikiran, perasaan, dan pengalaman mereka tentang kota mereka melalui pembaruan media sosial (Doran et al., 2013). Dalam beberapa tahun terakhir, komunikasi media sosial telah meningkat dengan cepat, salah satunya ialah menggantikan cara berkomunikasi secara tradisional (Tyler et al., 2019).

Berdasarkan hasil riset Wearesosial Hootsuite yang dirilis Januari 2019 pengguna media sosial di Indonesia mencapai 150 juta atau sebesar 56% dari total populasi. Jumlah tersebut naik 20% dari survei sebelumnya. Sementara pengguna media sosial mobile (gadget) mencapai 130 juta atau sekitar 48% dari populasi.

Besarnya populasi, pesatnya pertumbuhan pengguna internet dan telepon merupakan potensi bagi ekonomi digital nasional. Alhasil, muncul *e-commerce*, transportasi online, toko online dan bisnis lainnya berbasis internet di tanah air. Ini akan menjadi kekuatan ekonomi digital di kawasan Asia Tenggara. Ditambah lagi dengan proyek Palapa Ring yang ditargetkan akan selesai tahun ini akan semakin meningkatkan penetrasi internet yang saat ini baru mencapai 56% maupun media sosial di Indonesia. Palapa Ring merupakan jaringan fiber optik 4G dengan kecepatan hingga 30 Mbps dengan panjang lebih dari 12.000 km yang terbentang dari Sumatera hingga Papua. (Katadata.co.id, 2019).

Gambar 1.1: Pengguna Media Sosial di Indonesia Versi We Are Social



Sumber: We Are Social, Jan 2019

Dari data tersebut dapat dianalogikan bahwa penduduk Indonesia dapat menggunakan telepon genggam untuk untuk bekerja, berbisnis dan berkomunikasi. Fenomena ini banyak ditemukan dan menyebar jumlahnya. Dari yang tua hingga yang muda. Penggunaan telepon genggam yang sedemikian signifikan, maka tak jarang tiap telepon genggam selalu dilengkapi dengan fitur-fitur tertentu, seperti fitur media sosial untuk berkomunikasi. Terdapat beberapa teknologi yang dimanfaatkan dalam perkembangan media sosial, diantaranya adalah twitter. Twitter sebagai jejaring sosial dan alat *micro-blogging* yang dapat digunakan untuk mengirim pesan instan ke warga untuk mengumumkan acara khusus, mengambil keuntungan dari penyampaian informasi yang disediakan dan memungkinkan politisi lokal untuk memeriksa bagaimana suatu kejadian atau peristiwa dapat dirasakan dan sampai kepada pengguna atau masyarakat (Bonson E, Torres L, Royo S, 2013).

Media sosial dengan cepat menembus masyarakat informasi modern (Bekkers et al., 2013). Keberadaan media sosial dalam pemerintahan memberikan dampak pada berubahnya badan publik dan birokrasi di seluruh dunia (Criado et al., 2013). Media sosial menjadi saluran utama partisipasi interaktif online, dan pemerintah daerah memanfaatkan kesempatan ini untuk meningkatkan keterlibatan warga dalam urusan politik maupun sosial (Haro-de-Rosario et al., 2018).

Pemerintah daerah menggunakan aplikasi media sosial dalam berbagai cara untuk melibatkan warga dalam kebijakan dan kegiatan manajemen proyek (Merwin et al., 2016). Hal tersebut menjadi kajian menarik yang dilakukan bahwa pemerintah daerah yang ada di Indonesia memanfaatkan media sosial dalam pemerintahan untuk melakukan interaksi dengan warga negara. Sebagai salah satu bentuk keterlibatan pemerintah dan warga negara, media sosial yang dimanfaatkan salah satunya ialah twitter. Dalam penelitian ini, akun media sosial yang dianalisis adalah akun twitter. Diantaranya adalah akun Pemerintah Daerah yang aktif menggunakan media sosial. Dalam lingkup kota seperti Kota Bandung dan Kota Surabaya. Serta dalam lingkup Provinsi ialah akun twitter Pemerintah DKI Jakarta dan Pemerintah Jawa Tengah. Ke empat daerah tersebut merupakan daerah yang aktif menggunakan sosial media dalam pemerintahan. Selain itu, daerah tersebut juga merupakan daerah yang menerapkan *smart city* dalam pemerintahan.

Berdasarkan laporan finansial Twitter kuartal ke-3 tahun 2019, pengguna aktif harian di platform Twitter dicatat meningkat 17 persen, ke angka 145 juta pengguna.

Uniknya, Indonesia diklaim menjadi salah satu negara yang pertumbuhan pengguna aktif harian Twitter-nya paling besar (Kompas.com, 2019). Jumlah pengguna media sosial di Indonesia saat ini sekitar 150 juta orang, dan 16,4 juta diantaranya berada di Jawa Barat. Bandung dianggap sebagai kota terbaik karena dengan cepat mengadopsi situs media sosial dalam penggunaan Twitter (Nurmandi et al., 2018). Sampai pada saat ini, akun twitter @Humas Kota Bandung memiliki 50 ribu pengikut dan bergabung dengan twitter sejak Oktober 2013.

Selain kota Bandung, terdapat Kota Surabaya yang juga menggunakan media sosial dalam pemerintahan. Akun twitter kota Surabaya yakni @Humas Kota Surabaya yang memiliki 86 ribu pengikut dan bergabung dengan twitter sejak April 2015. Pada tahun 2017, Pemerintah Kota Surabaya mendapatkan penghargaan. Dalam acara yang digelar oleh Badan Koordinasi Kehumasan Pemerintah (Bakohumas) Kementerian Komunikasi dan Informatika itu, Humas Pemkot Surabaya menyabet dua penghargaan. Antara lain adalah Juara 1 Kategori Media Sosial dan Juara 2 Kategori Media Internal Tingkat Provinsi/Kota/Kabupaten (Idntimes.com).

Pemerintah Provinsi DKI Jakarta memiliki akun twitter @Pemprov DKI Jakarta yang memiliki 1,2 juta pengikut dan bergabung dengan twitter sejak Juli 2010. Keaktifan DKI Jakarta dalam Media Sosial dapat dilihat pada aktifnya pemerintah DKI Jakarta dalam merespon keluhan masyarakat yang dilayangkan melalui dunia maya, baik kritik, saran atau masukan. Salah satu contoh di era *smart city*, DKI Jakarta mempunyai aplikasi Qlue yang dapat dimanfaatkan untuk bertukar informasi.

Selanjutnya, Pemerintah Provinsi Jawa Tengah juga aktif dalam bersosial media. Pemerintah Provinsi Jawa Tengah memiliki akun twitter @provjateng #JatengGayeng yang memiliki 37 ribu followers dan bergabung sejak Maret 2017. Jawa Tengah menjadi satu-satunya Pemprov yang meraih predikat sangat baik pada evaluasi Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE) tahun 2018 yang diselenggarakan Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (Kemenpan RB) (<https://kilasdaerah.kompas.com>). Selain menjadi alat komunikasi massa paling cepat, media sosial bagi Ganjar Pranowo juga untuk melakukan edukasi politik dengan bahasa yang paling mudah dipahami masyarakat (<https://www.suarasurabaya.net>). Oleh karena itu media sosial menjadi sebuah jembatan penghubung yang efektif ketika tatap muka sulit dilakukan. Komunikasi virtual kini menjadi sebuah gaya baru di era keterbukaan atau *smart city*. Mengingat kota Bandung, DKI Jakarta, Jawa Tengah (Semarang) dan Surabaya merupakan daerah yang aktif menerapkan *smart city*.

Salah satu hal yang menjadi fokus kajian dalam tulisan ini ialah tentang penerapan smart city di Kota dan Provinsi. Terdapat berbagai macam perbedaan tentang cakupan atau ruang lingkup dalam implementasi smart city di Kota dan Provinsi. Di Kota Bandung, untuk menjadikan Kota Bandung sebagai kota berlabel Smart City tidaklah mudah, sehingga dalam Implementasi Kebijakan Smart City masih banyak permasalahan yang dihadapi oleh Pemerintah Kota Bandung seperti yang terlihat dalam Gambar berikut :

Gambar 1.2: Cakupan dan permasalahan Kebijakan Smart City di Bandung



Sumber : Data Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung, 2016

Permasalahan pertama terkait komunikasi, yaitu sosialisasi yang dilakukan Pemerintah kota Bandung belum merata di setiap wilayah daerah serta kebijakan tersebut belum seluruhnya diterapkan oleh kabupaten/kota. Permasalahan selanjutnya mengenai Sumber Daya, Sumber daya manusia merupakan aspek penting dalam mencapai terlaksananya Smart City, tetapi faktanya penempatan pegawai di Pemerintahan belum sesuai dengan skill yang dimiliki. Permasalahan terakhir mengenai struktur Birokrasi, untuk melaksanakan suatu kebijakan para pelaksana kebijakan harus mengetahui dan memahami apa yang harus dilakukan dalam melaksanakan suatu kebijakan (Mursalim, 2017).

Hal tersebut berbeda cakupan dengan Pemerintah Kota Surabaya. Surabaya dalam proses pengimplementasian smart city, terdapat 4 fase di dalamnya, yaitu fase pembenahan internal pemerintah, fase penguatan modal sosial, fase pengembangan

layanan eksternal pemerintah, dan fase pengembangan layanan kota berbasis teknologi tinggi. Hal ini menandakan bahwa proses pembangunan Kota Surabaya menuju Smart City tidak bersifat sektoral, namun lebih kepada pendekatan secara holistik (Widyaningsih, 2013). Salah satu hal yang menjadikan Surabaya sebagai kota smart city ialah adanya inovasi sistem pemerintahan berbasis internet yang biasa disebut juga dengan *e-procurement* sejak pemerintahan Ibu Risma dalam dimensi Smart Governance (<https://surabaya.liputan6.com>).

Selanjutnya ialah cakupan Provinsi yakni DKI Jakarta dan Jawa Tengah. Di DKI Jakarta memiliki kesistimewaan karena tidak memiliki daerah tingkat 2 (Kabupaten/Kota). Jadi hanya memiliki daerah tingkat I dan III. Dalam aspek demikian inilah, penerapan smart city terfokus pada Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. Pada era smart city, Pemprov DKI Jakarta juga melakukan Smart Collaboration dengan 8 perusahaan digital yang terdiri dari 3 emerging startups, yaitu Nodeflux, duihape, dan Botika. Lima perusahaan digital raksasa, seperti Gojek, Grab, Tokopedia, Bukalapak dan Shopee . Delapan perusahaan ini akan mengawali program kolaborasi di bidang yang berbeda. Jakarta Smart City juga akan dikembangkan menjadi innovation hub dan living lab bagi ekosistem digital di DKI Jakarta. Dan nantinya Jakarta Smart City meningkatkan implementasi kota cerdas melalui teknologi dengan menjadi penghubung antara masyarakat dan pemerintah (<https://fti.uajy.ac.id>). Hal ini dapat dikatakan bahwa DKI Jakarta memiliki cakupan yang lebih luas dalam skala Provinsi dan tidak terbagi di Kabupaten/Kota.

Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dalam penerapan smart city akan mengimplementasikan beberapa layanan, diantaranya adalah layanan sosial cerdas, perekonomian cerdas, dan lingkungan cerdas. Layanan sosial cerdas terdiri atas layanan pemerintahan, pendidikan, kesehatan, keamanan, serta kebencanaan. Layanan perekonomian cerdas meliputi layanan industri, kehutanan, pertanian, perikanan, pariwisata, pusat ekonomi dan bisnis, layanan sumber daya hutan, pertanian, kelautan, perikanan, usaha kecil menengah dan kreatif, serta layanan mobilitas. Layanan lingkungan cerdas di antaranya layanan energi, manajemen sampah, manajemen air, udara, tanah, serta tata ruang. Hingga saat ini, dari 35 kabupaten/kota di Jawa Tengah baru 21 kabupaten/kota yang sudah menerapkan Smart City, di antaranya Kota Salatiga, Kabupaten Batang, dan Kabupaten Semarang (<https://adv.kompas.id>).

Dari penjabaran di atas dapat dilihat bahwasanya terdapat perbedaan cakupan dan fokus masing-masing kota dan provinsi, hal tersebut tergantung kewenangan dan kebijakan masing-masing kota atau provinsi. Namun dalam tulisan ini seara keseluruhan membahas tentang ke empat fungsi dalam smart city dan lebih fokus pada smart governance yakni fungsi branding, fungsi krisis, fungsi partisipasi dan fungsi transparansi.

Dari latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang pemanfaatan media sosial dalam pemerintahan, terutama di Kota Bandung, Kota Surabaya, Provinsi DKI Jakarta dan Provinsi Jawa Tengah. Daerah-daerah tersebut merupakan pengguna aktif sosial media dalam pemerintahan untuk melakukan

komunikasi dan berbagi informasi dengan warganya serta merupakan daerah yang menerapkan *smart city* dan banyak mendapatkan terobosan dan inovasi dalam berbagai salah satunya *smart governance*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana penerapan *smart governance* melalui media sosial pada pemerintah daerah di Indonesia?
2. Bagaimana dampak penggunaan media sosial terhadap fungsi branding, fungsi krisis, fungsi partisipasi dan fungsi transparansi pada pemerintah daerah di Indonesia?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan penulis untuk melakukan penelitian ini yakni:

1. Untuk mengetahui penerapan *smart governance* melalui media sosial pada pemerintah daerah di Indonesia.
2. Untuk mengetahui dampak penggunaan media sosial terhadap fungsi branding, fungsi krisis, fungsi partisipasi dan fungsi transparansi pada pemerintah daerah di Indonesia.

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kajian ilmiah yang bermanfaat bagi perkembangan Ilmu Sosial dan Ilmu Politik pada umumnya dan Ilmu Pemerintahan pada khususnya
- b) Penelitian ini dapat digunakan sebagai pijakan atau referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Mengingat ilmu pengetahuan yang bersifat dinamis dan terus berubah, maka penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dan telaah kritis agar ditemukan gap untuk penelitian di masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

- a) Dapat dijadikan sebagai bahan untuk meningkatkan dan pengembangan media sosial bagi pemerintah daerah yang ada di Indonesia.
- b) Dapat dijadikan referensi bagi pihak terkait tentang *smart governance* dan media sosial yang dimanfaatkan oleh pemerintah daerah yang ada di Indonesia.