

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Penelitian ini akan melihat implementasi *Jogja Smart Service* (JSS) sebagai strategi komunikasi pemerintahan di Kota Yogyakarta. Sebagai daerah yang menerapkan konsep *smart city*, kota Yogyakarta menerapkan strategi komunikasi yang terintegrasi dengan teknologi informasi dan komunikasi yaitu dengan menerapkan Aplikasi *Jogja Smart Service* (Wardhani, 2020). Strategi komunikasi merupakan rangkaian panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) dalam mencapai tujuan tertentu (Tierney & Minor, 2004). Strategi komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah Kota Yogyakarta bertujuan untuk memberikan efektivitas dan efisiensi terhadap pelayanan publik dan informasi kepada masyarakat (Municipality Regulation, 2018).

Crozier (2008), berpendapat bahwa komunikasi pemerintahan yaitu suatu tindakan yang dilakukan secara terencana melalui penerapan teknik operasional dan pendekatan komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu. Media komunikasi dan TIK adalah alat penting dalam mencapai proses ini, tetapi penggunaannya tidak hanya untuk itu namun perlu bentuk komunikasi in terpersonal dan tradisional juga memainkan peran mendasar (Crozier, 2007). Komunikasi untuk perubahan sosial adalah pemupukan pengetahuan yang bertujuan untuk menciptakan konsensus untuk

tindakan yang mempertimbangkan kepentingan, kebutuhan, dan kapasitas semua pihak (Odendaal, 2003).

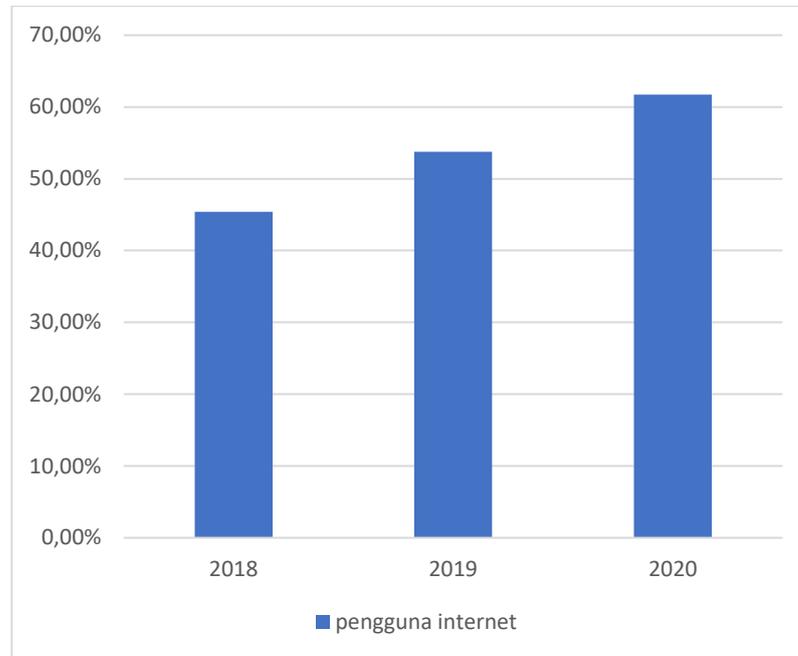
Pada era digitalisasi revolusi industri 4.0 di mana kota cerdas dikembangkan, komunikasi in terpersonal dan tradisional tidak begitu berperan penting dalam strategi komunikasi pemerintahan (Crozier, 2008). Konsep kota cerdas atau *smart city* merupakan sebuah gagasan kota pintar dalam mengintegrasikan ICT (*Information, Communication, Technology*) dalam segala aspek kehidupan (Halegoua, 2020). Gagasan *smart city* mengintegrasikan teknologi informasi komunikasi struktur organisasi, serta instrumen lainnya dengan inisiatif memecahkan masalah utama suatu kota (Hamzah et al., 2015).

Pergeseran pola komunikasi yang terjadi di era digital telah mengubah paradigma komunikasi tradisional menjadi paradigma komunikasi yang lebih adaptif, efektif, komunikatif, dan efisien sebagai jawaban atas tuntutan transparansi serta akuntabilitas dalam membangun kepercayaan publik (*public trust*) terhadap kinerja pemerintahan (Servaes, 2009). Pola komunikasi di era digital telah menyebabkan arus informasi mengalir dengan cepat, sehingga pola-pola komunikasi *linier* mulai digantikan dengan pola-pola komunikasi simetri (Van der Meer & Van Winden, 2003). Perubahan strategi komunikasi yang terjadi dalam tatanan *smart city* dengan mengintegrasikan teknologi sebagai cara untuk merasionalisasikan, mengarahkan, mengkoordinasikan pengambilan keputusan dengan mudah (Van der Meer & Van Winden, 2003). Media komunikasi sangat penting dalam menciptakan kesadaran, membangkitkan minat dan permintaan publik, menempatkan isu dalam agenda publik dan membangun dukungan sosial (Knill & Lenschow, 2005).

Hal ini sejalan dengan perubahan paradigma komunikasi pemerintah di mana penyampaian komunikasi pemerintah yang tunggal dan terjadwal dalam gaya komunikasi tradisional, kini telah berubah menjadi majemuk dan *anytime* dengan *channeling* yang tidak hanya media masa *mainstream*, namun berkembang menjadi *micro/targeted channel* (*youtube, blogs, twitter, facebook, instagram, dll*) (Suciska, 2016). Perubahan pola komunikasi di era digital, dengan semakin masifnya penetrasi internet, diproyeksikan akan semakin mempercepat transformasi ke pola komunikasi model baru yang menuntut adanya perubahan pola komunikasi pemerintah kepada publik (Manoharan & Ingrams, 2018).

Indonesia sejatinya memasuki fase *interactive communication* era sebagai tahapan lebih lanjut dari pengembangan era telekomunikasi. Era ini ditandai dengan penggunaan internet sebagai media baru (*new media*). Transformasi ini menegaskan bahwa *second media age*, dengan pola simetris dan interaktif, telah mulai menggeser dominasi media *broadcast* seperti surat kabar, radio dan televisi (Torenvlied, 2014). Merujuk pada tahun 2018 *Global Digital Report* terkait pengguna internet di Indonesia, menunjukkan telah mencapai angka 132 juta orang atau berkisar 50% dari penduduk dengan durasi penggunaan internet 8 jam 51 menit setiap harinya. Dilihat berdasarkan pada data statistik persentase proporsi individu terhadap penggunaan internet di Daerah Istimewa Yogyakarta mengalami peningkatan dari tahun 2018-2020 sebesar 17%. Dengan tingginya penetrasi internet di Kota Yogyakarta, maka penelitian ini menjadi penting dilakukan. Sebagai media baru, pengguna internet di Daerah Istimewa Yogyakarta dapat dilihat pada persentase tabel berikut;

**Gambar 1. 1**  
**Presentase Proporsi Individu yang Menggunakan Internet di Kota**  
**Yogyakarta tahun 2018-2020**



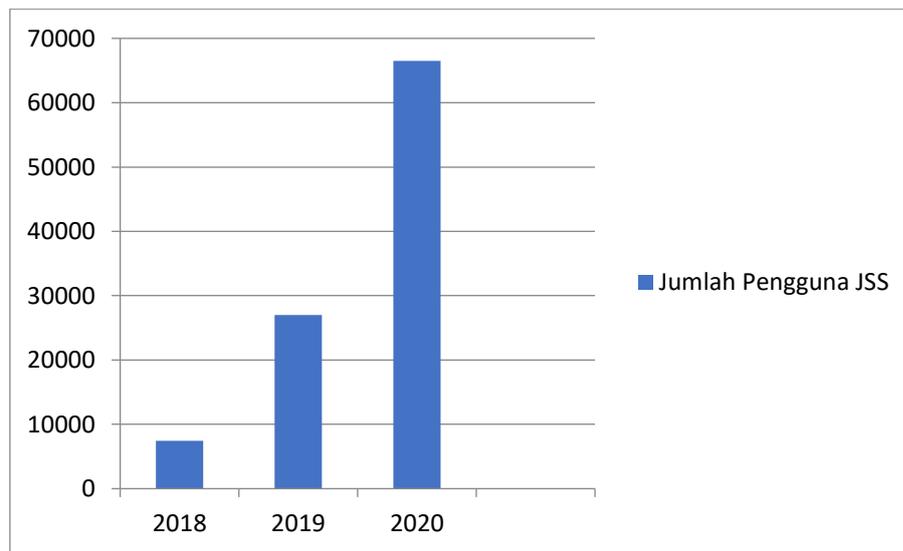
Sumber: BPS Kota Yogyakarta,2020

Berdasarkan pada gambar (1) hal ini menunjukkan bahwa pergeseran pola komunikasi dengan tren meningkatnya penggunaan internet menjadi momentum dalam kelembagaan pemerintah untuk menjadikan seluruh elemen sumber daya manusia dalam pemerintahan mampu beradaptasi dengan mentransformasikan diri dalam paradigma baru komunikasi pemerintahan. Dengan meningkatnya penetrasi internet di Kota Yogyakarta, hal ini dijadikan momentum sebagai strategi komunikasi pemerintahan melalui pengembangan aplikasi *Jogja Smart Service* (BPS Kota Yogyakarta,2020). Sehingga aplikasi *Jogja Smart Service* sebagai elemen yang akan diuji dalam penelitian ini. Strategi komunikasi pemerintah Kota

Yogyakarta dapat dilihat dari jumlah peningkatan pengguna aplikasi *Jogja Smart Service* sebagai berikut;

**Gambar 1. 2**

**Jumlah Pengguna *Jogja Smart Service* tahun 2018-2020**



Sumber: (DISKOMINFO Kota Yogyakarta, 2020)

Peningkatan jumlah pengguna *Jogja Smart Service* ini mengalami peningkatan dengan jumlah yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan masyarakat terhadap aplikasi *Jogja Smart Service* sebagai strategi komunikasi di era digitalisasi ini memberikan pengaruh pada masyarakat. Namun peningkatan jumlah pengguna ini masih dikatakan belum maksimal apabila dibandingkan dengan jumlah penduduk di Kota Yogyakarta sebesar 373.589 orang sedangkan jumlah pengguna sebesar 66.504. Artinya jumlah pengguna *Jogja Smart Service* masih satu per-lima dari jumlah penduduk di Kota Yogyakarta. Hal ini tidak mempengaruhi pemerintah dalam membuat pelayanan yang lebih baik dengan integrasi teknologi informasi

sebagai strategi komunikasi dan pelayanan publik bagi masyarakat Kota Yogyakarta.

Pelayanan publik yang terintegrasi dengan teknologi komunikasi informasi, Pemerintah Kota Yogyakarta berhasil meraih penghargaan *Smart City Awards* pada tahun 2018 melalui pengembangan Aplikasi *Jogja Smart Service* (Gumilar, 2019). Aplikasi *Jogja Smart Service* ini Pemerintah Kota Yogyakarta berhasil mengintegrasikan teknologi informasi sebagai strategi komunikasi pemerintahan. Kota Yogyakarta adalah kota yang menggabungkan program kota pintar dengan situs web dan aplikasi seluler dalam memberikan pelayanan publik melalui Informasi, Komunikasi, dan Teknologi (TIK) (Purnomo, 2019). Implementasi Yogyakarta *Smart City* dilakukan melalui aplikasi satu pintu yaitu *Jogja Smart Service* sebagai teknologi penyedia informasi yang terintegrasi. JSS (*Jogja Smart Service*) merupakan sebuah aplikasi mandiri yang dapat diakses oleh seluruh masyarakat yang ada di Kota Yogyakarta. Aplikasi JSS (*Jogja Smart Service*) mengedepankan pelayanan yang bersifat mandiri yang bertujuan untuk memberi respons secara cepat kepada masyarakat Kota Yogyakarta yang dinamakan sebagai sistem “satu pintu” oleh Pemerintah Kota Yogyakarta.

Komunikasi pemerintahan memiliki peran dalam pengambilan dan pembuatan kebijakan melalui peran publik (Huang et al., 2010). Komunikasi pemerintah juga menjadi kunci dalam mewujudkan pemerintahan yang terbuka (*open government*). Hal ini dikarenakan keterbukaan merupakan sebuah kunci dari pemerintah untuk melakukan pemberantasan penyalahgunaan kewenangan negara juga dapat menguatkan legitimasi dari kebijakan-kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah (Bachtiar, 2019). Komunikasi pemerintahan merupakan penyampaian

ide, program, dan gagasan pemerintah kepada masyarakat untuk mencapai tujuan negara (Tierney & Minor, 2004). Dalam hal ini pemerintah diposisikan sebagai komunikator, sedangkan masyarakat sebagai komunikan, namun dalam situasi tertentu masyarakat bisa berada pada posisi penyampaian ide dan gagasan sedangkan pemerintah berada pada posisi mencermati penyampaian ide dan gagasan yang diinginkan oleh masyarakat (Castells, 2008).

Komunikasi pemerintahan sangat penting bagi kesejahteraan masyarakat. Pemerintah harus terlibat dalam proses pertukaran informasi terkait dengan kebijakan, ide, atau gagasan dan keputusan antara pemerintah dan masyarakat (Servaes, 2009). Komunikasi pemerintahan memiliki tujuan untuk mencapai suatu komunikasi antara masyarakat dengan pemerintah secara efektif agar pemberian informasi dapat diterima (Nath, 2001). Manfaat terkait dengan komunikasi pemerintahan supaya masyarakat dapat memperoleh keterbukaan informasi atau transparansi terkait dengan kinerja (Crozier, 2008). Sehingga dalam mencapai tujuan tersebut perlu strategi yang baik dalam komunikasi pemerintahan.

Maka penelitian ini mencoba untuk mengidentifikasi terkait dengan implementasi *Jogja Smart Service* sebagai strategi komunikasi pemerintahan di Kota Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi *Jogja Smart Service* sebagai strategi komunikasi pemerintahan di Kota Yogyakarta. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan sumber data studi *literature* dan model *time series* tahun 2018-2020. Selanjutnya akan di analisa menggunakan NVivo 12 Plus terkait dengan aplikasi *Jogja Smart Service* dalam memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat Kota Yogyakarta terkait dengan kinerja pemerintahan dan keterbukaan

informasi publik. Penelitian ini diukur melalui respons pengguna serta intensitas interaksi pemerintah terhadap aplikasi *Jogja Smart Service* selama tahun 2018-2020 yang di analisa menggunakan Nvivo 12 Plus.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang diuraikan, penelitian ini akan membahas terkait dengan implementasi *Jogja Smart Service* sebagai strategi komunikasi Pemerintah Kota Yogyakarta, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut,

1. Bagaimana implementasi *Jogja Smart Service* sebagai strategi komunikasi pemerintah Kota Yogyakarta?
2. Bagaimana respons pengguna terhadap aplikasi *Jogja Smart Service* sebagai alat komunikasi Pemerintah Kota Yogyakarta?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah;

1. Untuk mengetahui implementasi aplikasi *Jogja Smart Service* sebagai strategi komunikasi pemerintah Kota Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui respons pengguna aplikasi *Jogja Smart Service* sebagai strategi komunikasi pemerintah Kota Yogyakarta.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat praktis penelitian ini adalah dapat dijadikan sebagai bahan referensi yang berkaitan dengan konsep strategi komunikasi pemerintah atau terkait dengan aplikasi *Jogja Smart Service*. Selain itu penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi pemerintah terhadap kebijakan yang diambil mengenai pengembangan aplikasi *Jogja Smart Service*.

## 1.5 Kerangka Teori

### 1.5.1 Teori Smart City

Implementasi konsep *smart city* diidentikan dengan mengintegrasikan kecanggihan teknologi dan *artificial intelligence* (AI) dalam membentuk sebuah sistem yang sistematis menggunakan big data. Dalam Jurnal yang berjudul, “*A Smart City Assessment Framework*,” *Smart City* menyangkut terkait dengan penggunaan teknologi, khususnya teknologi, informasi, dan komunikasi serta komputasi cerdas, dalam bentuk kelayakan hidup dan berkelanjutan kota, sehingga dalam konteks tersebut teknologi dipandang sebagai pusat pengoperasian kota masa depan secara luas (Hamzah et al., 2015). Dalam jurnal tersebut menjelaskan bagaimana skenario konsep implementasi *smart city* dengan mengintegrasikan teknologi informasi komunikasi dan beragam instrument, struktur organisasi dengan inisiatif yang dibangun secara online untuk memecahkan masalah utama suatu kota. Pembangunan dan pengembangan *smart city* perlu memperhatikan infrastruktur aplikasi; sumberdaya manusia; infrastruktur jaringan; infrastruktur informasi, integrasi jaringan, informasi

dan aplikasi; pendanaan; struktur organisasi, sistem manajemen dan proses kerja; perawatan (maintenance); regulasi, tahapan pengembangan *e-Government*, tahapan pengembangan infrastruktur, tahapan penerapan *e-Government*, tahapan pembangunan dan/atau pengembangan sistem pendukung; dan manajemen perubahan(PSPPR UGM, 2016)

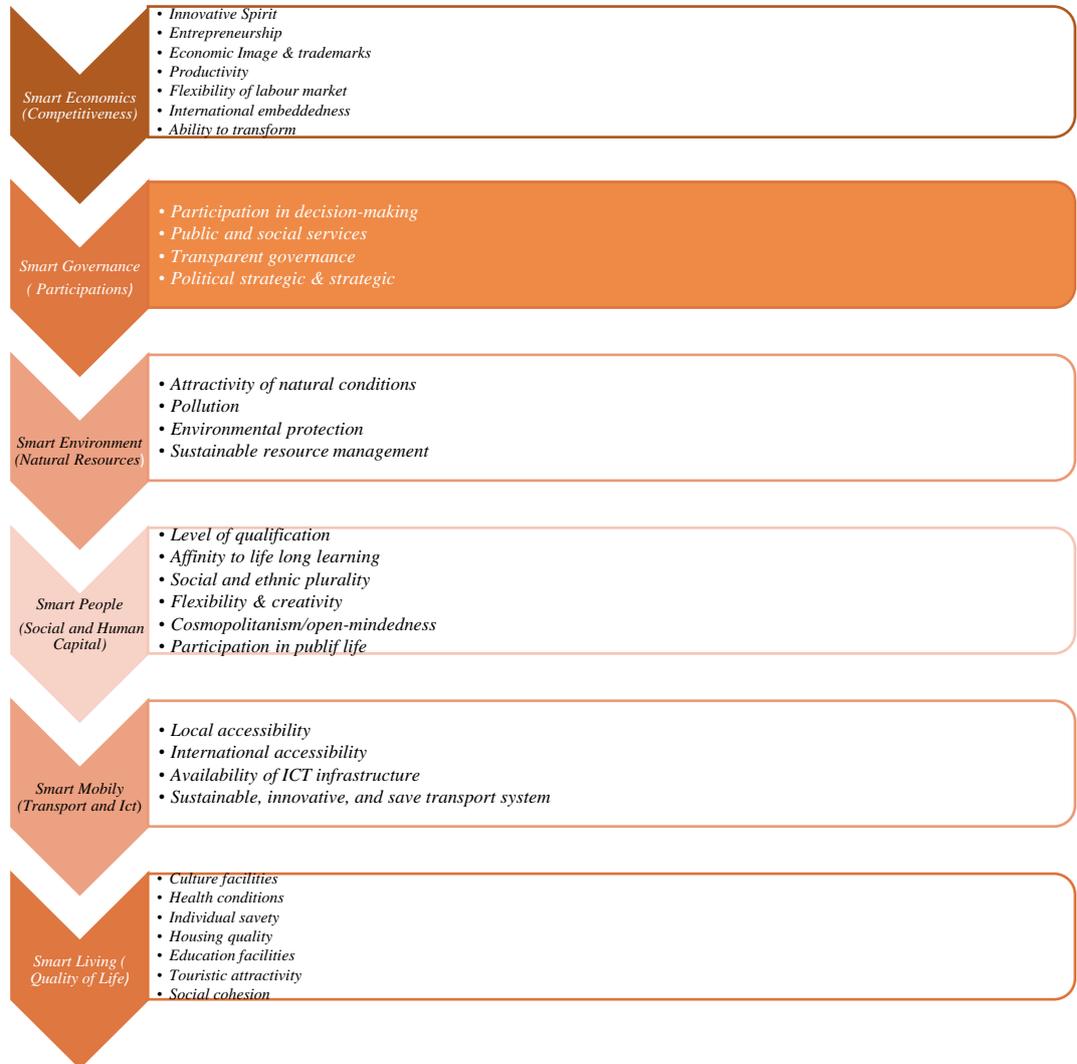
Kota dengan konsep *Smart City* tidak hanya dengan memasukkan informasi ke dalam infrastruktur fisiknya untuk meningkatkan kenyamanan, memfasilitasi mobilitas, menambah efisiensi dan efektivitas, menghemat energi, meningkatkan kualitas udara dan air, mengidentifikasi masalah dan memperbaikinya dengan cepat, memulihkan dengan cepat dari bencana, mengumpulkan data untuk membuat keputusan yang baik, menyebarkan sumber daya efektif dan berbagi data untuk mengaktifkan kolaborasi lintas entitas dan domain (Achmad et al., 2018). Memasukkan kecerdasan ke dalam setiap sub sistem kota mulai dari transportasi, pendidikan, infrastruktur fisik, bangunan, perawatan kesehatan, makanan, keselamatan publik dan infrastruktur, hal tersebut tidak akan bisa tercapai dalam sebuah konsep *smart city*, kota yang cerdas harus diperlakukan sebagai keseluruhan organik, sebagai jaringan dan sistem yang terhubung.

Beberapa indikator-indikator yang perlu di perhatikan dalam menganalisis *smart city* menurut (Nam & Pardo, 2011) diantaranya adalah; (1) Pelayanan Publik; (2) Kebijakan dan Pengaturan Lembaga; (3) Manajemen dan Administrasi Kota; (4) Keterlibatan dan Kolaborasi Pemerintahan; (5) Sumber daya manusia dan kreativitas; (6) Infrastruktur lingkungan dan kota yang di bangun;(7) Keberlanjutan ekologis dan

lingkungan alam;(8)Pengetahuan ekonomi dan lingkungan pro-bisnis; (9) Teknologi Informasi dan Komunikasi; (10) Data dan Informasi. Layanan *smart city* harus bermutu, antara lain harus memenuhi parameter ketersediaan (*availability*), jangkauan (*coverage*); waktu proses; waktu layanan; waktu tanggap; kelengkapan; akurasi dan keterkinian; tingkat kemudahan dan kenyamanan; kemudahan prosedur dan tata cara; pilihan media akses (*multichannel*); keseragaman; pilihan sistem pembayaran; dan biaya (PSPPR UGM, 2016). Selain itu terdapat beberapa faktor-faktor pendukung implementasi konsep *smart city* diantaranya; pemerintahan, teknologi, manajemen dan organisasi, infrastruktur fisik, faktor ekonomi, masyarakat, faktor lingkungan(Amri, 2016). Faktor-faktor tersebut menjadi dasar sistem yang terhubung satu dengan yang lainnya. Sehingga implementasi konsep *smart city* dapat terintegrasikan dengan baik. Implementasi *smart city* dapat berjalan dengan baik juga dapat dilihat melalui enam dimensi-dimensi *smart city* yang saling terintegrasi dalam membangun sebuah kota.

Penelitian yang dilakukan oleh (Wibowo, 2018) dalam jurnal yang berjudul, “ Model Peran Akademisi dalam Mendukung Implementasi *Smart City* di Kota Serang” mengemukakan pendapat dari Giffinger & Haindl (2009) menyebutkan enam dimensi *smart city* beserta indikator-indikatornya sebagai berikut;

**Gambar 1. 3**  
**Dimensi-Dimensi Smart City**



Sumber : diolah dari (Giffinger & Haindlmaier, 2009)

Berdasarkan enam dimensi *smart city*, penelitian ini membahas lebih dalam mengenai konsep *smart government*, dimana *smart government* merupakan elemen dasar dari *smart governance*. *Smart Government* merupakan istilah yang merujuk pada pengimplementasian *ICT* (*information, Comunication, and Technology*) terhadap pelayanan publik dalam bidang pemerintahan secara efektif (Jimenez et al., 2014). *Smart*

*Government* membutuhkan berbagai program pengembangan kerja sama pemerintah daerah dengan berbagai institusi pendidikan dan pengembangan teknologi secara terus-menerus. Pemerintahan yang baik adalah pemerintahan yang mengatasi lingkungan dengan membutuhkan kerangka hukum yang memadai dan proses yang efisien untuk menciptakan pemerintah yang tanggap terhadap kebutuhan warga negara (Pereira et al., 2018). *Smart government* merupakan tindakan dan aktivitas cerdas dan adaptif untuk menjaga dan membuat keputusan tentang sesuatu dengan prinsip pemerintahan yang cerdas, terbuka, dan partisipatif (Scholl & Scholl, 2014). Menurut (Giffinger & Haindlmaier, 2009) *smart government* memiliki empat indikator diantaranya *participation in decision making, public and social services, transparant governanve, dan polical strategic*.

### **1.5.2 Smart Government**

*Smart City* terkait dengan inovasi perkotaan berbasis ICT (*Information, Communication, Technology*), yaitu dengan penggunaan ICT secara cerdas untuk memberikah hasil yang lebih baik layanan perkotaan, menangani masalah perkotaan yang berkembang karena meningkatnya urbanisasi, tanpa penetapan kebijakan yang tepat yang berfokus pada kesejahteraan (Faidat & Khozin, 2018). Menurut Testoni dan Boeri (2015) mengemukakan bahwa untuk mengelola dinamika kota pintar, diperlukan model tata kelola yang baru yang disertai dengan koordinasi yang kuat dengan pemerintah daerah untuk mendukung pengelolaan proses kerjasama yang kompleks dengan berbagai pemangku kepentingan khususnya warga negara (Achmad et al., 2018). Skenario ini membutuhkan kembali peran

pemerintah, warga negara dan aktor sosial lainnya, serta mengeksplorasi teknologi informasi baru dan muncul untuk membingkai tata kelola yang baru termasuk hubungan, proses, dan struktur pemerintahan baru (Barns, 2018). Dengan kata lain, dalam tata kelola pemerintahan yang baik *smart city* membutuhkan salah satu dimensinya melalui *smart government*.

Hadirnya *smart city* membuat penggunaan teknologi informasi di pemerintahan atau *e-government* telah berkembang untuk membuat interaksi antara pemerintah dan warga (*Government to Citizen* atau G2C), pemerintah dan bisnis (*Government to Bussiness* atau G2B), dan hubungan antar lembaga (*Government to Government* atau G2G) menjadi lebih efektif, demokratis, dan transparan (Mellouli et al., 2014). Dalam beberapa tahun terakhir terdapat dua tren penting yang terdampak pada interaksi ini, dimana pemerintah di seluruh dunia telah terlibat dalam membuka data dengan lisensi terbuka dan dalam format yang mudah digunakan kembali, di sisi lain perkembangan teknologi berkontribusi pada produksi data-data dalam jumlah banyak sehingga berpotensi untuk membantu memahami masalah sosial yang kompleks serta meningkatkan hubungan pemerintah dengan warga negara, organisasi swasta, LSM, dan pemerintah lainnya (Jimenez et al., 2014). Kedua tren bersamaan dengan penggunaan teknologi informasi yang lebih ekstensif ini disebut dengan *smart government* atau pemerintahan cerdas (Wirtz et al., 2019).

*Smart government* mengacu pada penggunaan teknologi informasi dan komunikasi oleh pemerintah daerah dan kota untuk berinteraksi lebih baik dengan warga negaranya, serta memanfaatkan semua data yang

tersedia untuk memecahkan masalah penting (Shtait et al., 2018). Namun, untuk memberikan nilai yang diharapkan oleh pemerintah tidak hanya menciptakan layanan baru kepada warga negaranya berdasarkan pada teknologi ini untuk meningkatkan kualitas hidup mereka, tetapi juga melibatkan warga dalam rangkaian layanan baru ini. Oleh karena itu ada dua komponen utama yang harus dipertimbangkan, pertama yaitu tentang penggunaan teknologi secara ekstensif oleh pemerintah (*smart government*), dan kedua yaitu penggunaan teknologi secara ekstensif oleh warga negara untuk berinteraksi dengan pemerintah atau keterlibatan warga negara (*smart citizen*) (Kankanhalli et al., 2019). Beberapa indikator yang dapat mengukur penggunaan teknologi yang dilakukan secara ekstensif oleh pemerintah terhadap *smart government*, diantaranya sebagai berikut;

**Tabel 1.1 Indikator Smart Government**

<i>Dimension</i>	<i>Working Area</i>	<i>Indicators</i>
<i>Smart Government</i>	<i>Pelayanan Publik</i>	<i>Pelayanan publik &amp; informasi</i>
		<i>Partisipasi &amp; komunikasi publik</i>
	<i>Pengembangan Infrastruktur dan Jariang (IOT)</i>	<i>Penyediaan WIFI</i>
		<i>Penyediaan Broadband</i>
		<i>Sensor</i>
		<i>Jaringan Inovasi</i>
	<i>Pemerintahan yang Terbuka</i>	<i>Transparansi, efisiensi, akuntabel</i>
		<i>keterbukaan data</i>
	<i>SDM (Sumber Daya Manusia)</i>	<i>Produktivitas, Kapasitas, Kapabilitas</i>

Sumber : (Anthopoulos & Reddick, 2016)

Menurut Giffinger & Haindlmaier, (2009) indikator *smart government* yaitu Partisipasi dalam pembuatan keputusan, Pelayanan Publik dan Sosial, Transparansi Pemerintahan, dan Strategi Politik. Namun

berdasarkan tabel indikator diatas, dalam jurnal yang ditulis oleh Anthopoulos & Reddick, (2016) membuat indikator yang lebih spesifik terkait dengan *smart government*. Dalam penelitian ini akan menggunakan indikator yang lebih spesifik sehingga dapat mengukur perbandingan implementasi *smart government* di Kota Yogyakarta sebelum dan saat pandemi COVID-19 terjadi.

*Smart government* yang ingin dicapai oleh pemerintah kota Yogyakarta saat mengembangkan tata kelola kota yang cerdas, dengan beberapa faktor kunci telah diidentifikasi seperti fokus masalah, kelayakan/implementabilitas, kontribusi pemangku kepentingan, keterlibatan berkelanjutan, koordinasi dan akses ke data terbuka dan informasi bersama (Fauzi & Setiawan, 2020). *Smart government* Kota Yogyakarta dengan mengintegrasikan informasi publik melalui *Jogja Smart Service* (JSS) yang berbasis *smartphone* dan *website* melalui *jogjakota.go.id* yang digunakan masyarakat untuk mempermudah dalam penyampaian informasi (Gumilar, 2019). Aplikasi *Jogja Smart Service* merupakan aplikasi pelayanan yang digunakan sebagai sistem informasi pelayanan publik, informasi jumlah pendapatan daerah, informasi pengaduan, sistem *e-learning*, kondisi infrastruktur, pariwisata, berita terkini, dokumen perencanaan daerah, menginformasikan dan memberikan pelaporan kejadian kedaruratan dengan sistem LBS (*location Based Services*) melalui GPS untuk mengetahui posisi geografis (Anggraini & Iqbal, 2020). Aplikasi *Jogja Smart Service* (JSS) menjadi media interaktif dan mandiri dengan tujuan mewujudkan *liveable city* melalui tata kelola

pemerintahan yang baik dengan memberikan informasi dan pelayanan yang terintegrasikan dalam konsep *smart city*.

### **1.5.3 Media Sosial**

Media sosial adalah media yang tumbuh di Internet. Pada awal kemunculannya media sosial bermula dari World Wide Web (WWW), sehingga berbagai jenis media sosial tumbuh dari berbagai perkembangan, dan perkembangan tersebut tidak hanya merubah World Wide Web menjadi e-mail, tetapi juga menjadi sebuah media baru yaitu media sosial yang akhirnya semakin berkembang sehingga memudahkan setiap komunitas yang menggunakannya (Juditha, 2018). Media sosial merupakan budaya konvergensi yang dapat diartikan sebagai konvergensi media, budaya partisipatif serta kecerdasan yang kolektif (Tombleson & Wolf, 2017). Erik dalam (blabla) menyebutkan bahwa media sosial sebagai moda komunikasi yang instan dan transparan merupakan efek dari globalisasi. Media sosial juga didefinisikan sebagai “seuah kelompok yang berbasis aplikasi di internet yang dibangun atas dasar teknologi website generasi 2.0 dan memungkinkan para penggunanya untuk bertukar konten, media sosial memiliki berbagai macam jenis seperti youtube, facebook, instagram, twitter, dan masih banyak lagi (Gomes & Barros, 2008).

Menurut Shirky media sosial adalah alat guna meningkatkan keahlian berbagi, bekerjasama antara para pengguna (Hakiki, 2016). Media sosial adalah sebuah sarana yang dipergunakan sehari-harinya oleh masyarakat umum untuk berkomunikasi sehingga memunculkan banyak

jenisnya (Rifauddin, 2016). Pada (Kaplan & Haenlein, 2010) menyebutkan ada berbagai jenis media sosial, yaitu :

1. *Social News Site*: situs yang memuat berita, artikel, posting blog, video, dan fotokomunitas misalnya: Digg, Reddit dan NewsVine
2. *Social Networking*: sebuah media yang memungkinkan anggotanya untuk mengunggah foto, membuat grup, menambah penggemar, mengundang teman ke acara, kirim komentar di foto, video, tag teman ex: Facebook, Twitter, Instagram
3. *Social Bookmarking*: situs yang memungkinkan pengguna menandai berbagi situs website favoritnya dengan seluruh pengguna lainnya, misal Delicious dan Magnolia
4. *Social Sharing*: fitur umum di antara situs web site media sosial

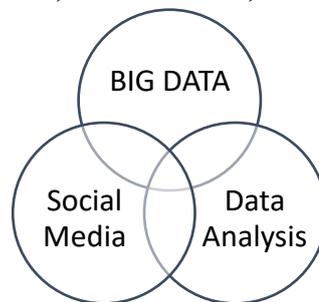
Dari berbagai banyak aplikasi media sosial, twitter merupakan salah satu yang paling mendunia. Aplikasi ini sangat lekat dengan istilah “cuitan”, pengguna twitterpun bukan hanya berasal dari masyarakat biasa tetapi bahkan dari perusahaan-perusahaan besar juga. Media sosial terdiri dari dua suku kata yakni “sosial” yang berarti interaksi disekitar masyarakat serta “media” yang merupakan wadah bagi masyarakat untuk bersosial (Lubis, 2014).

Media sosial ada sebagai komunitas virtual yang menghubungkan orang di dalamnya untuk saling bertukar informasi dan berkolaborasi dalam membentuk sebuah ide dan gagasan (Malawani et al., 2020). Dalam hal ini individu dapat menjadi peserta aktif dalam membuat, mengatur, menggabungkan, mengedit, mengomentari, serta menilai konten web yang

tersedia dan membentuk jaringan sosial melalui interaksi dan menghubungkan satu dengan yang lain melalui integrasi ICT (Song & Lee, 2016). Kaplan & Haenlein, (2011) mengklasifikasika jenis media sosial menjadi enam (6) kategori; 1) *Collaborative projects*, 2) *Blogs and microblogs*, 3) *Social networking sites*, 4) *Social game worlds*, 5) *Content communities*, 6) *Virtual communities*. Sedangkan apabila dilihat berdasarkan kategori, media sosial terbagi menjadi empat (4), 1) *Social Networking*, 2) *Social Collaborations*, 3) *Social Feedback*, 4) *Social Publishing* (Young, 2014). Klasifikasi dan kategori media sosia tersebut didapat dilihat melalui keterhubungan sebagai berikut,

**Gambar 1. 4**

**Relasi Big Data, Media Sosial, dan Data Analisis**



Sumber: (Bello-orgaz et al., 2016)

Big data, media sosial, dan data analysis memiliki keterhubungan satu dengan lainnya. Melalui media sosial dapat menghimpun data analysis yang berasal dari manusia (*human society*) (Malawani et al., 2020; Smith et al., 2013) di klasifikasikan yang kemudian membentuk big data. Big data menggunakan media sosial yang ditautkan dan menghasilkan hasil berdasarkan pada permintaan pengguna (Kaplan & Haenlein, 2011). Big

data dikonsepsikan sebagai aspek informasi bervolume tinggi, berkecepatan tinggi, dan hemat biaya (Bello-orgaz et al., 2016) dengan kata lain tinggi berbagai aset yang membutuhkan bentuk pemrosesan baru untuk mengaktifkannya, sebagai bentuk peningkatan pengambilan keputusan, penemuan wawasan, dan optimalisasi proses (Salahudin, 2019; Smith et al., 2013).

Berdasarkan pada devinisi, big data terbagi menjadi 5V model meliputi model terbaru diataranya ialah *Volume*, *Velocity*, *Variety*, *Value*, dan *Veracity* (Bello-orgaz et al., 2016). Model 5V big data ini sangat berpengaruh pada statergi komunikasi pemerintah. *Volume*; data yang berjumlah besar dari berbagai sumber yang berbeda yang terhimpun sehingga memberikan manfaat bagi pengguna (Young, 2014). *Velocity*; kecepatan dalam transfer data yang dialirkan dari berbagai sumber, pada proses ini membutuhkan alogaritma(Smith et al., 2013). *Variasi*; mengacu pada berbagai jenis data yang terstruktur ataupun tidak terstruktur, dikumpulkan melalui media sosial seperti video, gambar, teks, audio, log data(Bello-orgaz et al., 2016; Kaplan & Haenlein, 2011). *Value*; atau analitik data, proses mengumpulkan data dengan tujuan mendapat informasi berharga. *Veracity*; kebenaran dan keakuratan informasi (Smith et al., 2013).

Media sosial menjadi salah satu yang paling relevan untuk big data. Data media sosial dihasilkan melalui berbagai platform seperi aplikasi internet dan situs website, facebook, twitter, Youtube, dll (Bello-orgaz et al., 2016). Platform media sosial memiliki berbagai fitur yang bersifat

interaktif dan terhubung dengan big data. Pertumbuhan cepat dari penggunaan platform media sosial ini memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi, dan berkolaborasi (Salahudin, 2019). Sehingga media sosial dianggap sebagai alat pengawasan, *platform* ini mampu merubah sebuah kondisi dan aturan interaksi sosial. Data yang terhimpun dalam big data akan tersebar yang meliputi data *e-commerce*, *e-bussiness*, *e-pariwisata*, *e-government*, pendidikan, kesehatan, dan lainnya (Kaplan & Haenlein, 2011; Smith et al., 2013).

#### **1.5.4 Komunikasi Pemerintah**

Erliana Hasan (2005) menyebutkan bahwa komunikasi pemerintahan adalah penyampaian ide, program, dan gagasan pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan negara. Komunikasi pemerintahan sering disebut juga sebagai komunikasi politik. Menurut seorang pakar politik, Maswadi Rauf, komunikasi politik adalah objek kajian ilmu politik karena pesan-pesan yang diungkapkan dalam proses komunikasi bercirikan politik, yaitu yang berkaitan dengan kekuasaan politik negara, pemerintahan, dan juga aktivitas komunikator dalam kedudukan sebagai pelaku politik.

Komunikasi politik dilihat dari 2 dimensi, yaitu kegiatan politik sebagai kegiatan politik dan sebagai kegiatan ilmiah. Komunikasi sebagai kegiatan politik merupakan penyampaian pesan-pesan yang bercirikan politik oleh aktor-aktor politik kepada pihak lain. Kegiatan tersebut bersifat empiris karena dilakukan secara nyata dalam kehidupan sosial. Sementara itu, komunikasi politik sebagai kegiatan ilmiah melihat komunikasi politik

merupakan salah satu kegiatan politik dalam sistem politik (Harun dan Sumarno, 2006). Tujuan komunikasi politik sangat terkait dengan pesan politik yang disampaikan komunikator politik. Sesuai dengan tujuan komunikasi, maka tujuan komunikasi politik itu adakalanya sekadar penyampaian informasi politik, pembentukan citra politik, pembentukan public opinion (pendapat umum) dan bisa pula menghandel pendapat atau tuduhan lawan politik. Selanjutnya komunikasi politik bertujuan menarik simpatik khalayak dalam rangka meningkatkan partisipasi politik saat menjelang pemilihan umum atau pemilihan kepala daerah (Ardial, 2010).

Beberapa ahli menjabarkan tujuan komunikasi politik, diantaranya:

a. Membangun Citra Politik Salah satu tujuan komunikasi politik adalah membangun citra politik yang baik bagi khalayak. Citra politik itu terbangun atau terbentuk berdasarkan informasi yang kita terima, baik langsung maupun melalui media politik, termasuk media massa yang bekerja untuk menyampaikan pesan politik yang umum dan aktual (Anwar Arifin, 2006).

b. Membentuk dan Membina Pendapat Umum Pembentukan pendapat umum dalam komunikasi politik, sangat ditentukan oleh peranan media politik terutama media massa. Memang pers, radio, film dan televisi, selain memiliki fungsi memberi informasi, mendidik, menghubungkan dan menghibur, juga terutama membentuk citra politik dan pendapat umum yang merupakan dimensi penting dalam kehidupan politik (Anwar Arifin, 2006).

c. Mendorong Partisipasi Politik Partisipasi politik sebagai tujuan komunikasi politik dimaksudkan agar individu-individu berperan serta dalam kegiatan politik (partisipasi politik) (Anwar Arifin, 2006: 11). Sehingga salah satu bentuk partisipasi politik yang penting adalah ketika seseorang (khalayak) mau memberikan suaranya untuk seorang politikus maupun partai politik tertentu dalam pemilihan umum. Sesuai dengan pendapat di atas mengenai tujuan komunikasi politik dapat diambil kesimpulan bahwa, tujuan komunikasi politik sangat terkait dengan pesan politik yang disampaikan komunikator politik. Tujuan komunikasi politik secara umum terdiri dari tiga tujuan yaitu, membangun citra politik, membentuk dan membina pendapat umum, dan mendorong partisipasi politik.

Komunikasi Jembatan Kesuksesan Sebuah Kebijakan Komunikasi pemerintah kepada publik, pada intinya adalah penyampaian ide, gagasan, program dan kebijakan dari pemerintah kepada publik dalam rangka mencapai tujuan nasional. Di era digital saat ini, komunikasi pemerintah sangat penting dilakukan. Masyarakat saat ini telah mengalami pergeseran budaya, dimana masyarakat tidak lagi dengan mudah menerima kebijakan atau regulasi yang ditetapkan oleh pemerintah tanpa mereka memperoleh informasi mengenai manfaat yang dapat menjadi akselerator bagi kegiatan yang dilakukannya.

Komunikasi yang dilakukan pemerintah penting dilakukan agar masyarakat mengetahui bahwa kebijakan yang dibuat oleh pemerintah hanya akan berhasil apabila mendapat dukungan dan partisipasi sepenuhnya

dari masyarakat. Perubahan paradigma pengelolaan pemerintahan dari *Old Administration ke New Public Management dan ke New Public Service*, diikuti dengan perubahan dalam komunikasi publik. Humas pemerintah dituntut untuk bisa mengkomunikasikan kebijakan, rencana kerja, dan capaian kinerja kepada masyarakat luas, melalui media tradisional, media konvensional, dan media baru dengan memanfaatkan teknologi internet (media sosial). Sementara itu Walter Lippman dalam Effendy (2005) juga menjelaskan komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang berusaha memilih cara yang tepat agar gambaran dalam benak dan isi kesadaran dari komunikator dapat dimengerti, diterima bahkan dilakukan oleh komunikan. Hal yang paling penting dalam komunikasi adalah bagaimana komunikasi dapat mencapai jangkauan, memberikan kesan dan kepercayaan (Graham, 2014), dimana hal ini dapat dilihat sebagai berikut

**Tabel 1.2 Indikator Komunikasi**

	<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>
<b>Komunikasi</b>	<i>Reach &amp; Impression</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Seberapa sering publik mencari informasi</li> <li>2. Seberapa sering publik membaca informasi</li> <li>3. Seberapa sering publik membagikan informasi</li> </ol>
	<i>Level Trust</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Seberapa penting sebuah informasi dinilai oleh publik,</li> <li>2. Seberapa bermanfaat sebuah informasi dinilai oleh publik</li> <li>3. Seberapa baik proses komunikasi yang dilakukan</li> </ol>

Sumber: (Graham, 2014),

Rakhmat (2008) menyebutkan bahwa komunikasi yang efektif ditandai dengan adanya pengertian, dapat menimbulkan kesenangan, memengaruhi sikap, meningkatkan hubungan sosial yang baik, dan pada akhirnya menimbulkan suatu tindakan. Sebagaimana Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik membutuhkan kerjasama strategis dengan berbagai elemen komunikasi dan kehumasan pemerintah. Hal ini bertujuan untuk percepatan penyebaran informasi kepada masyarakat dan mengakomodasi respon atau masukan dari masyarakat mengenai kebijakan pemerintah. Yang terpenting saat ini adalah masyarakat memahami apa yang dilakukan pemerintah. Kepedulian (awareness) pentingnya komunikasi era digital untuk memastikan

masyarakat mengetahui fungsi-fungsi politik eksekutif yang dijalankan. Atas pemahaman masyarakat akan berkembang partisipasi dalam pembangunan, terutama pentingnya masukan dalam hal pengawasan.

## **1.6 Literature Review**

### **1.6.1 Smart City and Social Media**

*Smart City* sebagai inovasi perkotaan berbasis ICT ( *Information, Communication, Technology*), yaitu dengan penggunaan ICT secara cerdas untuk memberikan hasil yang lebih baik dalam layanan perkotaan, menangani masalah perkotaan yang berkembang karena meningkatnya urbanisasi, tanpa penetapan kebijakan yang tepat yang berfokus pada kesejahteraan (Inés Calzada et al., 2014). Menurut Testoni dan Boeri (2015) mengemukakan bahwa untuk mengelola dinamika kota pintar, diperlukan model tata kelola yang baru yang disertai dengan koordinasi yang kuat dengan pemerintah daerah untuk mendukung pengelolaan proses kerja sama yang kompleks dengan berbagai pemangku kepentingan khususnya warga negara (Trindade et al., 2017). Skenario ini membutuhkan kembali peran pemerintah, warga negara dan aktor sosial lainnya, serta mengeksplorasi teknologi informasi baru dan muncul untuk membingkai tata kelola yang baru termasuk hubungan, proses, dan struktur pemerintahan baru (Barns, 2018).

Konsep *Smart City* dibuat untuk mengembangkan dan mengatasi permasalahan sosial, ekonomi, dan teknologi, sehingga tujuan dari

implementasi *Smart City* untuk menunjang kota di dalam dimensi sosial (keamanan), ekonomi (daya saing), teknologi, dan lingkungan (kenyamanan) (Purwanti, 2015). Sebuah kota dikatakan pintar ketika investasi terhadap sumber daya manusia, modal sosial dan infrastruktur sistem komunikasi tradisional dan *modern* dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan kehidupan yang layak serta berkualitas dengan pengelolaan sumber daya alam yang bijaksana melalui tata kelola pemerintahan yang partisipasi (Gera, 2016). Dalam mencapai tujuan tersebut, ada enam (6) dimensi konsep *Smart City* yaitu, *Smart Environment*, *Smart smart Government*, *Smart People*, *Smart Living*, *Smart Economic*, dan *Smart Mobilty* (Angelidou, 2014). Adapun dari keenam dimensi tersebut memiliki fungsinya masing-masing dalam mengatasi permasalahan ataupun guna mengembangkan suatu kota menjadi pintar.

Hadirnya *smart city* membuat penggunaan teknologi informasi di pemerintahan atau *e-government* telah berkembang untuk membuat interaksi antara pemerintah dan warga (*Government to Citizen* atau G2C), pemerintah dan bisnis ( *Government to Bussiness* atau G2B), dan hubungan antar lembaga (*Government to Government* atau G2G) menjadi lebih efektif, demokratis, dan transparan (Mellouli et al., 2014). Dalam beberapa tahun terakhir terdapat dua tren penting yang terdampak pada interaksi ini, di mana pemerintah di seluruh dunia telah terlibat dalam membuka data dengan lisensi terbuka dan dalam format yang mudah digunakan kembali, di sisi lain perkembangan teknologi berkontribusi pada produksi data-data dalam jumlah banyak sehingga berpotensi untuk membantu memahami

masalah sosial yang kompleks serta meningkatkan hubungan pemerintah dengan warga negara, bisnis(swasta) dan pemerintah lainnya (Jimenez et al., 2014). Kedua tren bersamaan dengan penggunaan teknologi informasi yang lebih ekstensif ini disebut dengan *smart government* atau pemerintahan cerdas (Wirtz et al., 2019).

*Smart government* mengacu pada penggunaan teknologi informasi dan komunikasi oleh pemerintah daerah dan kota untuk berinteraksi lebih baik dengan warga negaranya, memanfaatkan semua data yang tersedia untuk memecahkan masalah penting (Shtait et al., 2018). Namun, untuk memberikan nilai yang diharapkan oleh pemerintah tidak hanya menciptakan layanan baru kepada warga negaranya berdasarkan pada teknologi ini untuk meningkatkan kualitas hidup mereka, tetapi juga melibatkan warga dalam rangkaian layanan baru ini. Oleh karena itu ada dua komponen utama yang harus dipertimbangkan, pertama yaitu tentang penggunaan teknologi secara ekstensif oleh pemerintah (*smart government*), dan kedua yaitu penggunaan teknologi secara ekstensif oleh warga negara untuk berinteraksi dengan pemerintah atau keterlibatan warga negara (*smart citizen*) (Kankanhalli et al., 2019).

Upaya *smart government* untuk memenuhi kedua komponen tersebut dengan menggunakan media sosial. Media sosial ada sebagai komunitas virtual yang menghubungkan orang di dalamnya untuk saling bertukar informasi dan berkolaborasi dalam membentuk sebuah ide dan gagasan (Malawani et al., 2020). Dalam hal ini individu dapat menjadi peserta aktif dalam membuat, mengatur, menggabungkan, mengedit,

mengomentari, serta menilai konten web yang tersedia dan membentuk jaringan sosial melalui interaksi dan menghubungkan satu dengan yang lain melalui integrasi ICT (Song & Lee, 2016). Kaplan & Haenlein, (2011) mengklasifikasikan jenis media sosial menjadi enam (6) kategori; 1) *Collaborative projects*, 2) *Blogs and microblogs*, 3) *Social networking sites*, 4) *Social game worlds*, 5) *Content communities*, 6) *Virtual communities*. Sedangkan apabila dilihat berdasarkan kategori, media sosial terbagi menjadi empat (4), 1) *Social Networking*, 2) *Social Collaborations*, 3) *Social Feedback*, 4) *Social Publishing* (Young, 2014).

*Big data*, media sosial, dan data analisis memiliki keterhubungan satu dengan lainnya. Melalui media sosial dapat menghimpun data analisis yang berasal dari manusia (*human society*) (Malawani et al., 2020; Smith et al., 2013) di klasifikasikan yang kemudian membentuk *Big data*. *Big data* menggunakan media sosial yang ditautkan dan menghasilkan hasil berdasarkan pada permintaan pengguna (Kaplan & Haenlein, 2011). *Big data* dikonsepsikan sebagai aspek informasi bervolume tinggi, berkecepatan tinggi, dan hemat biaya (Bello-orgaz et al., 2016) dengan kata lain tinggi berbagai aset yang membutuhkan bentuk pemrosesan baru untuk mengaktifkannya, sebagai bentuk peningkatan pengambilan keputusan, penemuan wawasan, dan optimalisasi proses (Salahudin, 2019; Smith et al., 2013).

Berdasarkan pada definisi, *Big data* terbagi menjadi 5V model meliputi model terbaru di antaranya ialah *Volume*, *Velocity*, *Variety*, *Value*, dan *Veracity* (Bello-orgaz et al., 2016). Model 5V *Big data* ini sangat

berpengaruh pada strategi komunikasi pemerintah. *Volume*; data yang berjumlah besar dari berbagai sumber yang berbeda yang terhimpun sehingga memberikan manfaat bagi pengguna (Young, 2014). *Velocity*; kecepatan dalam transfer data yang dialirkan dari berbagai sumber, pada proses ini membutuhkan algoritma (Smith et al., 2013). *Variasi*; mengacu pada berbagai jenis data yang terstruktur ataupun tidak terstruktur, dikumpulkan melalui media sosial seperti video, gambar, teks, audio, log data (Bello-orgaz et al., 2016; Kaplan & Haenlein, 2011). *Value*; atau analitik data, proses mengumpulkan data dengan tujuan mendapat informasi berharga. *Veracity*; kebenaran dan keakuratan informasi (Smith et al., 2013).

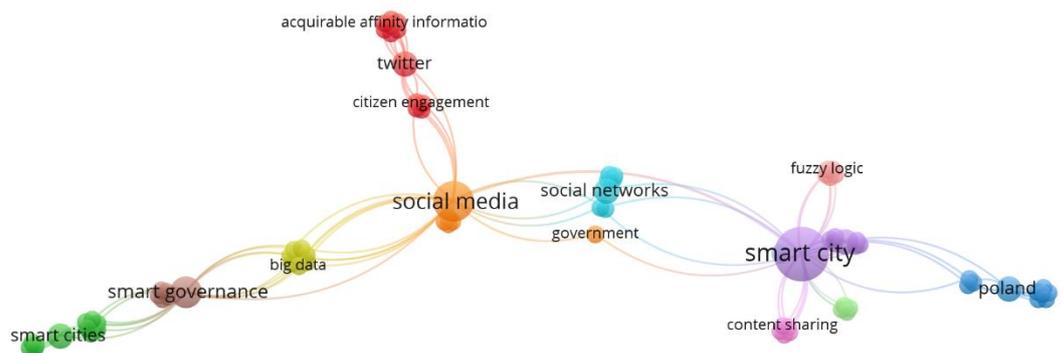
Media sosial menjadi salah satu yang paling relevan untuk *Big data*. Data media sosial dihasilkan melalui berbagai platform seperti aplikasi internet dan situs *website, facebook, twitter, Youtube*, dll (Bello-orgaz et al., 2016). Platform media sosial memiliki berbagai fitur yang bersifat interaktif dan terhubung dengan *Big data*. Pertumbuhan cepat dari penggunaan platform media sosial ini memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi, dan berkolaborasi (Salahudin, 2019). Sehingga media sosial dianggap sebagai alat pengawasan, *platform* ini mampu mengubah sebuah kondisi dan aturan interaksi sosial. Data yang terhimpun dalam *Big data* akan tersebar yang meliputi data *e-commerce, e-bussiness, e-pariwisata, e-government*, pendidikan, kesehatan, dan lainnya (Kaplan & Haenlein, 2011; Smith et al., 2013).

### 1.6.1 Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Pemerintah

Media sosial dalam pemerintahan belum memiliki makna secara komprehensif. Namun, media sosial didefinisikan sebagai kelompok ICT (*Information, Communication, Technology*) yang memungkinkan terkait dengan badan publik dalam terlibat mendorong warga Negara dan organisasi menerapkan filosofi Web 2.0 (Criado et al., 2013). Media sosial digunakan pemerintah sebagai alat komunikasi, di mana dengan hadirnya *smart city* yang terintegrasi dengan ICT menuntut pemerintah untuk menjadi *smart governance*. Keterhubungan antara media sosial, *smart city*, dan *smart governance* dapat dilihat melalui hasil analisa 30 jurnal *scopus* yang diolah melalui aplikasi *Vosviewer*.

**Gambar 1. 5**

***Keterhubungan Smart City, Social Media, dan Smart Governance***



Sumber: diolah melalui Vosviewer,2021

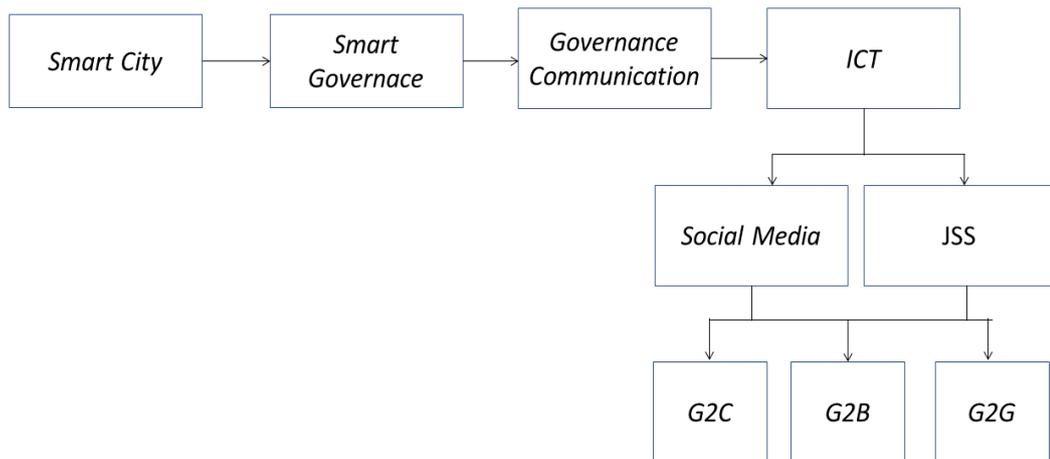
Gambar (2) merupakan hasil analisa vosviewer yang diperoleh dari tiga puluh jurnal internasional yang terindex scopus dengan rentang waktu tahun 2018-2020. Hasil analisa yang terlihat pada gambar (2) menunjukkan keterhubungan dari *smart city*, *social media*, dan *smart governance*. Di mana sosial media memiliki keterhubungan dengan *smart governance* dan *smart city*. Dari keterhubungan tersebut, penelitian ini menjadi menarik dalam menganalisis sosial media sebagai alat komunikasi pemerintah. Pemanfaatan media sosial dalam administrasi publik atau pemerintahan digunakan sebagai alat yang dapat membentuk sistem kerja kolaboratif dan terbuka. Sosial media sebagai alat artinya sebagai teknologi yang memungkinkan kemampuan pemerintah dalam mencapai produktivitas kinerja melalui kemampuan pekerja yang secara efektif dapat menemukan sumber daya dan pengetahuan, menghubungkan pekerja dan pelanggan untuk mengembangkan jaringan sosial, membuat serta berbagi konten dan pengetahuan (Wukich & Mergel, 2015). Sehingga dalam hal ini media sosial menjadi *platform* untuk berinteraksi dengan warga negara dan organisasi dalam mencapai tujuan dengan potensi yang inovatif. Keuntungan dari kapabilitas teknologi media sosial terhadap sektor publik karena terdapat banyak sumber data yang tersedia dari interaksi dengan warga, bisnis, dan administrasi publik lainnya (Castells, 2008; Crozier, 2008).

Menurut Mergel (2012) memberikan saran bahwa kapasitas media sosial di pemerintahan untuk mendorong produktivitas layanan kebijakan publik untuk solusi masalah sosial dan politik. Oleh karena itu penyebaran media sosial di pemerintahan melibatkan aspek kritis untuk masa depan

administrasi publik. Adapun beberapa *platform* media sosial yang digunakan pemerintah dalam pelaksanaan *e-government* di antaranya yaitu, *Facebook, Twitter, dan YouTube* (Graham, 2014). Sasaran yang diperoleh dari penggunaan media sosial di sektor publik oleh pemerintah berorientasi luas seperti partisipasi, kolaborasi, transparansi, keterbukaan tata kelola yang baik, dan penghematan biaya (Castells, 2008; Pietroforte, 1997). Adapun kerangka berpikir penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut ini;

**Gambar 1. 6**

**Kerangka Pikir Penelitian**



Sumber: Diolah oleh peneliti,2020

**1.6.2 Ringkasan dan Pentingnya Penelitian**

Pergeseran pola komunikasi yang terjadi di era digital telah mengubah paradigma komunikasi tradisional menjadi paradigma komunikasi yang lebih adaptif, efektif, komunikatif, dan efisien sebagai jawaban atas tuntutan transparansi serta akuntabilitas dalam membangun

kepercayaan publik (*public trust*) terhadap kinerja pemerintahan. Perubahan pola komunikasi pemerintahan ditandai dengan berkembangnya smart city dengan mengintegrasikan teknologi informasi dan komunikasi serta ditandai dengan kesiapan pemerintah sebagai Smart Government. Pergeseran pola komunikasi dengan tren meningkatnya penggunaan internet menjadi momentum dalam kelembagaan pemerintah untuk menjadikan seluruh elemen sumber daya manusia dalam pemerintahan mampu beradaptasi dengan mentransformasikan diri dalam paradigma baru komunikasi pemerintahan. Dengan meningkatnya penetrasi internet di Kota Yogyakarta, hal ini dijadikan momentum sebagai strategi komunikasi pemerintahan melalui pengembangan aplikasi *Jogja Smart Service*.

Oleh karena itu, penelitian ini akan melihat dan menganalisis bagaimana implementasi *Jogja Smart Service* sebagai strategi komunikasi pemerintah Kota Yogyakarta. Penelitian ini sangat penting dilakukan karena melihat bahwa urgensi penetrasi internet di Kota Yogyakarta tinggi dengan jumlah pengguna *Jogja Smart Service* yang mengalami peningkatan secara signifikan dari tahun 2018-2020. Sehingga penelitian ini menjadi penting dilakukan sebab belum ada penelitian yang menganalisa terkait dengan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta melalui Aplikasi *Jogja Smart Service*.

Implementasi Yogyakarta *Smart City* dilakukan melalui aplikasi satu pintu yaitu *Jogja Smart Service* sebagai teknologi penyedia informasi yang terintegrasi. *JSS (Jogja Smart Service)* merupakan sebuah aplikasi mandiri yang dapat diakses oleh seluruh masyarakat yang ada di Kota

Yogyakarta. Aplikasi JSS (*Jogja Smart Service*) mengedepankan pelayanan yang bersifat mandiri yang bertujuan untuk memberi respons secara cepat kepada masyarakat Kota Yogyakarta yang dinamakan sebagai sistem “satu pintu” oleh Pemerintah Kota Yogyakarta. Sehingga aplikasi *Jogja Smart Service* sebagai elemen yang akan diuji dalam penelitian ini.

### **1.7 Devinisi Konseptual**

- a. *Smart City* merupakan sebuah gagasan dalam pengembangan dan pengelolaan kota yang terintegrasi melalui teknologi, informasi, dan komunikasi (TIK) terhadap sektor-sektor pelayanan pemerintah dan infrastruktur seperti pada sektor ekonomi, pendidikan, pemerintahan, kesehatan, transportasi, sumber daya energi, dan lainnya.
- b. *Smart Government* merupakan sebuah elemen dasar dari salah satu dimensi *smart city* yaitu *smart governance* sebagai layanan pemerintahan cerdas dalam tata kelola pemerintahan. Di mana *smart government* memberikan pelayanan terkait dengan pelayanan publik dan sosial serta transparansi pemerintahan sehingga pemerintah mendapat kepercayaan dari masyarakat.
- c. Media sosial bagaikan sebuah wadah yang menampung berbagai macam informasi yang bisa diakses oleh seluruh kalangan masyarakat dengan mudah serta media yang bisa menjadi tempat berinteraksi oleh seluruh orang yang ada diseluruh penjuru dunia secara virtual tanpa terbatas oleh waktu serta ruang.

- d. Komunikasi pemerintahan merupakan alat dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan masyarakat, bisnis(swasta), dan antar pemerintah yang saling terintegrasi satu dengan yang lainnya dalam mencapai tujuan tertentu.

### 1.8 Definisi Operasional

Definisi operasional dalam penelitian ini mendeskripsikan tentang implementasi *Jogja Smart Service* dan strategi komunikasi pemerintah. Adapun terkait dengan operasionalisasi dalam penelitian ini memiliki indikator-indikator sebagai berikut;

	Variabel	Indikator	Instrument
Komunikasi	Reach & Impression	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Seberapa sering publik mencari informasi</li> <li>2. Seberapa sering publik membaca informasi</li> <li>3. Seberapa sering publik membagikan informasi</li> </ol>	Intensitas dan aktivitas interaksi komunikasi melalui sosial media dan teknologi yang digunakan.
	<i>Level Trust</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Seberapa penting sebuah informasi dinilai oleh publik,</li> <li>2. Seberapa bermanfaat sebuah informasi dinilai oleh publik</li> <li>3. Seberapa baik proses komunikasi yang dilakukan</li> </ol>	Respon

Sumber; (Graham, 2014); (Igor Calzada, 2019)

## **1.9 Metode Penelitian**

Metode penelitian adalah cara sistematis yang digunakan peneliti dalam proses pengumpulan data yang diperlukan dalam proses identifikasi dan penjelasan fenomena sosial yang tengah diteliti (Raco, 2018). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berusaha untuk mengonstruksi realitas dan memahami maknanya dengan dipengaruhi paradigma naturalis-interpretatif Weberian, Perspektif pos-positivistik kelompok teori kritis serta pos-modernisme (Chariri, 2009). Sehingga dalam penelitian kualitatif ini memperhatikan pada proses, peristiwa, dan autentisitas penelitian.

### **1.8.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode penelitian kualitatif deskriptif ini mencoba untuk menggali lebih dalam dan menyeluruh terkait dengan topik pembahasan yang sedang diteliti (Raco, 2018). Penelitian ini mencoba untuk menggali terkait dengan implementasi *Jogja Smart Service* sebagai strategi komunikasi pemerintahan Kota Yogyakarta dalam memberikan pelayanan informasi dan komunikasi kepada masyarakat. Sehingga hasil penelitian ini akan mengetahui bagaimana implementasi dari *Jogja Smart Service* sebagai

strategi komunikasi antar pemerintah, komunikasi ke masyarakat, dan komunikasi ke sektor swasta atau bisnis.

Sumber data dan ide yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari beberapa sumber yang relevan dengan topik pembahasan dan kriteria dari studi ini (Hardianto et al., 2017) (Yuningsih et al., 2019)(Chamidah et al., 2020). Sumber data penelitian ini adalah data sekunder dengan model time series 2018-2020 yang berupa artikel, jurnal, website resmi pemerintah, Aplikasi JSS, Playstore JSS, media sosial twitter dan Facebook. Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori smart city dan smart government serta sosial media sebagai strategi komunikasi pemerintahan dengan melihat berdasarkan pada indikator Intensitas komunikasi dan respons.

## **1.9.2 Sumber dan Jenis Data**

Penelitian ini menggunakan sumber data dan jenis data sebagai berikut;

### **1.8.2.1 Sumber Data**

1. Data Kepustakaan merupakan data yang diperoleh dari literatur, di antaranya adalah buku-buku. Artikel, karya tulis ilmiah, pendapat para ahli dan survei-survei yang mendukung. Sumber data penelitian ini berupa informasi yang diambil dari sosial media yaitu *twitter* dan *facebook* dengan rentang waktu tahun 2018-2020.

### **1.8.2.2 Jenis Data**

#### **1. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung atau melalui media perantara seperti melalui dokumen arsip tertentu, laporan tertulis, buku, artikel, jurnal-jurnal ilmiah, berita, dan *website* resmi pemerintah (Hasanah, 2017). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan menggunakan model *time series* dari tahun 2018-2020. Data sekunder didapat melalui aktivitas *twitter* dan *facebook* dengan menggunakan *tagline Jogja Smart Service*, serta Analisa komentar pada *Playstore Jogja Smart Service* yang diolah melalui NVivo 12 plus. Sehingga dengan analisa tersebut dapat menunjukkan hasil dari aktivitas dan interaksi dua arah antara *Government to Citizen*, *Government to Bussiness*, dan *Government to Government*.

### **1.8.3 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang harus dilakukan peneliti yaitu dengan menghasilkan data yang memiliki kredibilitas tinggi sehingga penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan (Raharjo, 2008). Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan mengumpulkan informasi melalui studi literatur.

#### **1.8.3.1 Studi Literatur/ Studi Kepustakaan**

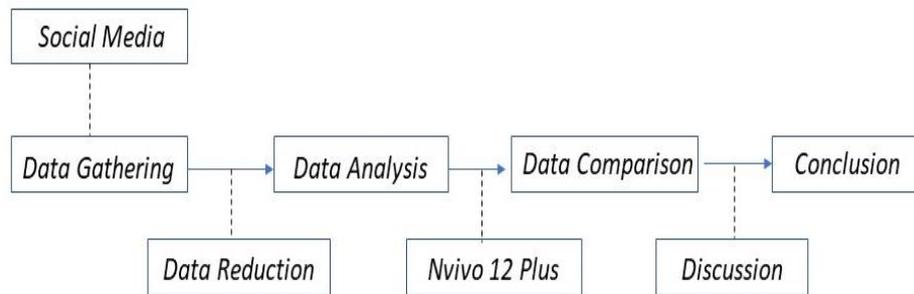
Teknik pengumpulan data yang paling penting dalam mendukung data sekunder yaitu dengan studi kepustakaan. Dengan melakukan pengumpulan data studi kepustakaan dapat dilakukan melalui dokumentasi arsip-arsip penting

dari *website* pemerintah, artikel-artikel jurnal atau penelitian terdahulu terkait dengan *Jogja Smart Service*.

### **1.8.3 Teknik Analisa Data**

Dalam menganalisis data penelitian ini menggunakan analisa kualitatif dengan berupaya memahami masalah atau menyimpulkan dari permasalahan yang disajikan dari berbagai perspektif dengan menjaga objektivitas dari keberpihakan peneliti terhadap objek yang dikehendaki. Penelitian ini akan menganalisis dengan teknik analisa data kualitatif deskriptif melalui *literatur review* terkait dengan strategi komunikasi pemerintahan di era digital. Selanjutnya penelitian ini menggunakan data sekunder sebagai penguatan dari hasil analisa *literatur review* dan model *time series* selama tahun 2018-2020 yang diolah melalui aplikasi Nvivo 12 Plus. Setelah menganalisis penyajian data melalui observasi terhadap objek yang ditentukan yaitu *Jogja Smart Service* melalui platform media sosial, langkah selanjutnya adalah mengklasifikasikan dan menganalisis data secara deskriptif dan dijabarkan dengan bentuk kata-kata dan kalimat sehingga memperoleh kesimpulan. Berikut ini gambaran proses metode penelitian dari penelitian ini,

**Gambar 1. 7**  
**Alur Metode Penelitian**



Sumber: Diolah Oleh Peneliti,2021

