

Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Bekasi dalam Program Bekasi Smart City

Aan Widodo¹, Diah Ayu Permatasari²

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya^{1,2}
Kampus II, Jalan Raya Perjuangan Bekasi Utara, Bekasi, Jawa Barat, 17143, Indonesia^{1,2}
aan.widodo@dsn.ubharajaya.ac.id¹, pepy@ubharajaya.ac.id²

Abstrak

Smart City di susun Walikota Bekasi sebagai konsep kota cerdas yang bisa membantu masyarakat setempat mengelola sumber daya yang secara efektif dan efisien meningkatkan kualitas hidup orang-orang yang tinggal di Wilayah Bekasi. Artikel ini bertujuan untuk menjelaskan strategi komunikasi pemerintah kota Bekasi dalam upaya menyukseskan Program Bekasi *Smart City* di Kota Bekasi. Konsep yang digunakan ialah program komunikasi dan strategi komunikasi. Metode yang digunakan yakni deskriptif kualitatif, dengan melakukan wawancara pada 5 informan, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi komunikasi pemerintah kota Bekasi menyukseskan program ialah melalui sosialisasi. Secara umum sosialisasi dilakukan (1) Pihak pemerintah kepada tim pelaksana, (2) Tim pelaksana kepada dinas terkait, (3) Dinas terkait kepada masyarakat. Meski upaya melalui strategi komunikasi sudah dilakukan, namun implementasi Program dinilai belum optimal. Hal ini disebabkan kurangnya pemahaman pihak terkait mengenai program Bekasi *Smart City*.

Kata Kunci: Program Komunikasi, Smart City, Strategi Komunikasi Pemerintah, Sosialisasi

Diterima : 27-05-2019, Disetujui : 12-05-2020, Dipublikasikan : 09-06-2020

The Bekasi City Government's Communication Strategy in The Bekasi Smart City Program

Abstract

Smart City is regulated by the Mayor of Bekasi as a smart city concept that can help local people manage resources that effectively and efficiently improve the quality of life of people who live in the Bekasi Region. This article aims to explain the communication strategy of the Bekasi city government in an effort to succeed the Bekasi Smart City Program in Bekasi City. The concept used is the communication program and communication strategy. The method in this research is a qualitative research method. Interviews with 5 informants, observation, and documentation. The results is a showed that the government communication strategy of Smart City program is through socialization. In general, socialization was carried out (1) the government to the implementation team, (2) the implementation team to the relevant agencies, (3) the related department to the community. Although efforts through communication strategy has been done, but the implementation of Smart City Program's Bekasi is considered not optimal because of the lack of understanding related parties about the program Bekasi Smart City.

Keywords: Communication Program, Smart City, Government Communication Strategy, Socialization.

Pendahuluan

Upaya pemerintah mewujudkan visi misi dalam pemerintahannya, dengan menyusun berbagai program guna mencapai tujuan tertentu dan kemudian program tersebut diimplementasikan melalui berbagai kebijakan. Terdapat tiga unsur dalam implementasi program yaitu implementor sebagai unsur pelaksana; program yang akan dijalankan; dan target grup sebagai kelompok sasaran (Maryuni, 2015). Implementasi program dilaksanakan dengan melalui tahapan perencanaan (*planing*), pelaksanaan, pengawasan, dan evaluasi (Mael, 2017). Unsur dan tahapan dimaksud jika dijalankan menjadi sebuah upaya agar program terlaksana dengan baik (Mael, 2017; Maryuni, 2015).

Salah satu program pemerintah yang *trend* di Indonesia adalah program “*Smart City/Kota Cerdas*”. Program *Smart City* sebagai upaya menyelesaikan berbagai permasalahan kota, dengan menggunakan teknologi komunikasi sebagai salah satu *tools*. Program *Smart City* menysasar bidang layanan publik, layanan transportasi, pendidikan, lingkungan hingga layanan kesehatan, dengan tujuan memberikan kemudahan dan kemanfaatan demi tercapainya masyarakat yang berkualitas (Meijer & Bolívar, 2016).

Beberapa Pemerintahan Kota (Pemkot) menerapkan program *Smart City* diantaranya Pemkot Jakarta, Pemkot Bandung, Pemkot Makassar, Pemkot Surabaya, hingga Pemkot Denpasar (Tim, 2019). Program *Smart City* diimplementasikan ke dalam berbagai bentuk yang berbeda. Jakarta menerapkan *Smart City Lounge*, sebagai pusat pengaduan layanan publik terkait masalah di Jakarta, seperti

banjir, sampah, kriminalitas dan masalah sosial di Jakarta. Pemkot Bandung mendesain beragam dan aplikasi diantaranya, *Hay U* (untuk perizinan online), SIP (untuk rapor camat oleh warga), *citizen complaint online*. Hingga Pemkot Makassar, meluncurkan *Smart Card* sebagai pembayaran dan manajemen sistem pemerintahan (Tim, 2019). Kota-kota tersebut merupakan sebagian dari kota yang mendukung program Kementerian Kominfo, mewujudkan *Smart City* 100 kota di Indonesia, termasuk kota Bekasi (Devega, 2017).

Pemerintah kota Bekasi, juga memiliki program *Smart City*. Program yang diberi nama *Bekasi Smart City* dirintis dan diinisiasi oleh Walikota sebagai bagian dari gerakan program dalam visi Bekasi Cerdas. *Smart City* disusun sebagai program yang membantu mengelola sumber daya manusia dengan tujuan meningkatkan kualitas hidup masyarakat Bekasi, mendukung visi yang telah ditetapkan, yakni menjadi kota humanis, beradab, teratur, maju serta berwawasan lingkungan (Bekasi, 2017; Diskominfo, 2017). Untuk mencapai tujuan Program *Smart City*, pemerintah kota Bekasi membutuhkan upaya dalam implementasi termasuk upaya komunikasi yang dilakukan. Pentingnya komunikasi bagi pemerintah, agar program dapat dipahami, dan diimplementasikan dengan baik oleh berbagai unsur pelaksana dan target sasaran sehingga tujuan program berhasil.

Bekasi sebagai kota yang menerima penghargaan dengan kategori kota tersiap dalam implementasi *Smart City* di ajang *Indonesia Smart Nation Award* (ISNA) ke tiga tahun 2018 (Firdaus, 2018). Hingga saat ini implementasi program *Smart City* di Kota

Bekasi masih terus dilakukan, diantaranya dengan menghadirkan berbagai aplikasi seperti Aplikasi Sorot, Aplikasi Absensi, Aplikasi Sikerja, Aplikasi SILAT, POT, Aplikasi Bekasi Iconic, dan Aplikasi RapoRT RW dan SIAP yang terintegrasi dengan *Command Center*. Namun nampaknya program tersebut belum berhasil terealisasi dengan baik. Aplikasi *Smart* yang disediakan belum sepenuhnya diberdayagunakan. Buktinya, sebagian aplikasi pelayanan publik hingga kini belum di gunakan atau aplikasi sudah diterapkan namun masyarakat masih menggunakan cara-cara manual (Yud, 2019).

Keberhasilan sebuah program agar diterapkan dan digunakan oleh masyarakat, selain membutuhkan perencanaan dan tujuan, juga membutuhkan cara yang pas sehingga program itu bisa tepat mencapai sasaran dan tujuan program itu berhasil. Program *Smart City Lounge* Jakarta, mengkomunikasikan program melalui berbagai upaya sosialisasi, begitu juga dengan program Hay U perizinan Kota Bandung, di sosialisasikan melalui berbagai pendekatan komunikasi, sehingga bukan saja diketahui tetapi juga diterapkan penggunaannya. Berkaca dari kondisi tersebut, artinya komunikasi menjadi penting dalam mengimplementasikan program kepada masyarakat. Komunikasi merupakan wujud dari strategi komunikasi, dimana institusi pemerintah sebagai aktor komunikasi dalam sebuah program (Sandhu, 2009).

Kajian Pustaka

Keberhasilan dalam implementasi program pemerintah didukung oleh banyak factor diantaranya dukungan SDM perangkat tata kelola (berkaitan dengan

peran dan pemahaman mengenai program dan aturan, kebijakan serta perangkat implementasi) serta daya dukung finansial (dukungan anggaran pelaksanaan program) (Zulaikha & Paribrata, 2017), selain itu implementasi program membutuhkan komunikasi. Dalam implementasi program, komunikasi diposisikan sebagai sebuah cara atau strategi untuk membuat seluruh pihak dapat memahami program dan menjalankan dengan baik. Komunikasi diposisikan sebagai sebuah cara atau strategi. Cara atau strategi yang dengan mengedepankan prinsip komunikasi, disebut sebagai strategi komunikasi (Hallahan et al., 2007; Holtzhausen, 2011).

Strategi komunikasi mencakup segala sesuatu yang dibutuhkan untuk menjalankan program komunikasi kepada khalayak sasaran guna mencapai tujuan yang diharapkan. Strategi komunikasi dalam program komunikasi membutuhkan suatu cara yang cocok agar tujuan dari program itu tercapai. Berbagai riset menunjukkan, keberhasilan program pemerintah bergantung pada komunikasi. Sehingga dapat dikatakan bahwa kegagalan juga bergantung pada komunikasi yang dijalankan. Hallahan (2017) dan Sandhu (2009) menyatakan bahwa komunikasi dalam program itu bersifat disengaja, oleh organisasi atau institusi. Strategi komunikasi yang disengaja dari suatu organisasi atau institusi tersebut membutuhkan aktor dan tujuan, aktor sebagai pengambilan keputusan dan pelaksana program, dan tujuan sebagai sebuah tolak ukur capaian yang rasional dan disengaja, dalam sebuah strategi komunikasi (Hallahan et al., 2007; Holtzhausen, 2011; Sandhu, 2009).

Melihat pentingnya strategi komunikasi dalam program yang digagas dan dijalankan institusi/lembaga, Program *Smart City* merupakan program yang mencerminkan kondisi itu, menjadikan komunikasi sebagai pendekatan strategi mencapai tujuan sehingga penelitian ini bermaksud menjelaskan strategi komunikasi pemerintah sebagai bagian upaya menyukseskan program *Smart City* di Kota Bekasi.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan proses penelitian yang khas, yang meneliti fenomena masalah manusia dan masyarakat (Sugiyono, 2009). Peneliti menyusun laporan yang memberikan gambaran secara rinci mengenai pandangan informan dan kondisi alamiah, yang dianalisa secara holistik (Creswell, 2010; Mulyana, 2017). Berangkat dari pemahaman tersebut, penelitian ini bermaksud memperoleh data dan gambaran secara terperinci dari informan dan lapangan terkait dengan Implementasi dan strategi Program Bekasi *Smart City* yang dilakukan.

Penelitian dilaksanakan di Wilayah Kota Bekasi, Informan yang diteliti adalah orang-orang pilihan peneliti guna menjelaskan dan menjawab tujuan penelitian. Informan penelitian merupakan subjek yang memahami objek penelitian (Bungin, 2007b). Informan ditentukan dengan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria orang-orang yang terlibat dalam menyusun dan melaksanakan program yang dimaksud, yakni program Bekasi

Smart City. Beberapa Informan yang peneliti wawancara diantaranya: RH (Unsur Pemerintah Kota Bekasi); NV (Dinas Pemkot Bekasi); AT (Tim Pelaksana Program *Smart City*); TT dan AD (Masyarakat)

Data penelitian diperoleh melalui Wawancara, Observasi, Studi Dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data (Moleong, 2000). Wawancara dengan para informan untuk menggali informasi mengenai program *Smart City*, sementara observasi dilakukan di kompleks perkantoran jalan Jenderal Ahmad Yani No. 1 Marga Mulya Bekasi Selatan dengan melihat dan mencatat situasi dan kejadian yang dialami oleh objek yang peneliti teliti.

Data penelitian yang telah dikumpulkan melalui teknik pengumpulan data kemudian di analisis. Analisis data dilakukan secara kualitatif berdasarkan fakta dan informasi (Bungin, 2007a; Mulyana, 2010; Sugiyono, 2009). Data-data tersebut dikaji melalui konsep-konsep atau teori sebagai landasan dalam penelitian sesuai dengan kaidah studi kualitatif. Analisis dihasilkan dengan melakukan reduksi data (*data reduction*), artinya semua data atau informasi yang penulis peroleh di lapangan akan diambil dari objek yang diteliti sehingga menjadi bagian dari tema-tema yang akan dijelaskan. Kemudian setelah data penulis pilih sesuai tema, akan disajikan dan dideskripsikan dengan mengacu pada konsep-konsep atau teori-teori yang digunakan (*display data*). Pada akhirnya setelah dilakukan pembahasan berdasarkan situasi lapangan dan konsep-konsep maka akan ditarik kesimpulan (*conclusion*).

Hasil Dan Pembahasan

Program Bekasi *Smart City* dan Pelaksanaannya

Kota Bekasi merupakan Kota Administratif Bekasi yang resmi pada tahun 1982. Hingga kini, Kota Bekasi terus bergerak, tumbuh dan berkembang secara cepat. Pertumbuhan dan perkembangan dilihat dari berbagai faktor, diantaranya pertumbuhan ekonomi, pertumbuhan penduduk, layanan pemerintah, serta sarana prasarana yang tersedia perlahan semakin memadai.

Pemerintah Kota Bekasi menetapkan visi yang akan dicapai sebagai kota yang cerdas, kota yang kreatif, kota yang maju, serta kota yang sejahtera dan ihsan. Adapun visi yang ditetapkan antara lain mengembangkan sarana, prasarana dan tata kelola yang memadai dan baik; mengembangkan perekonomian yang berdampak pada kualitas kehidupan masyarakat berdaya saing; serta mengembangkan kehidupan kota aman dan nyaman, cerdas dan berpengetahuan, sehat, berakhlak, kreatif dan inovatif. Sebagai bukti upaya dalam mencapai visi dan misi tersebut, diimplementasikan dan diintergrasikan kedalam berbagai kebijakan serta program, salah satu program yang digagas sejak 2016 lalu adalah Program Bekasi *Smart City*.

Bekasi *Smart City*, merupakan program pengembangan Bekasi sebagai salah satu kota '*Smart/Cerdas*'. Bekasi *Smart City* berpedoman pada RPJMD (Rencana Pembangunan Jangka Menengah) tahun 2013-2018. RPJMD Kota Bekasi menjelaskan bahwa pemanfaatan teknologi secara tidak langsung mendukung arah

kebijakan dan strategi mencapai visi misi kota. Sebagaimana diungkapkan oleh Walikota Bekasi, Bekasi *Smart City* merupakan konsep penyelesaian permasalahan perkotaan dengan cara yang tidak biasa '*Thinking Out Of The Box*'.

Bekasi *Smart City* digagas berdasarkan pertumbuhan masyarakat di Kota Bekasi yang memunculkan ragam persoalan, diantaranya kualitas layanan publik yang menurun, ketersediaan lahan pemukiman yang berkurang, jalan raya yang macet, lahan parkir yang semakin sulit, penumpukan sampah, permasalahan kesehatan, hingga masalah sosial lainnya. Menurut informan RN, Program ini dianggap sebagai solusi cerdas, dalam menyelesaikan persoalan dalam upaya mewujudkan cita-cita kota Bekasi yang aman dan nyaman. Terdapat lima faktor pengembangan *Smart City* di Kota Bekasi yang dijelaskan oleh informan RN yaitu, 1) berkaitan dengan visi, peran pemimpin dalam mencapai visi kota yang berkelanjutan, 2) kejelasan roadmap, 3) sinergitas dan konsistensi pembangunan, 4) keterlibatan masyarakat yang aktif, 5) kerjasama swasta, masyarakat dan akademisi. Sinergitas kelima faktor ini menjadi penting sebagai bagian saling mendukung antar pihak, lembaga dan pihak-pihak terkait dalam proses perencanaan hingga pelaksanaan dan evaluasi program.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari informan NV diuraikan bahwa program Bekasi *Smart City*, memiliki tujuan menyelesaikan persoalan berkaitan dengan pelayanan yang ada di Kota Bekasi. Selain itu informan AT menyatakan *Smart City* berfokus pada peningkatan kualitas layanan dan administrasi bagi masyarakat,

melalui pemanfaatan teknologi. Misalnya pelayanan dengan gagasan program *Smart Health*, Pelayanan Kepengurusan Kependudukan, dan Parkir Meter. Setidaknya ada 9 program yang hingga kini ada yaitu Sorot, Aplikasi Absensi, Aplikasi RapoRT RW, Aplikasi Silat,

aplikasi Bekasi Iconic, Aplikasi POT dan Aplikasi Sikerja, Command Center serta SIAP. Program *Smart City* Bekasi digagas melalui berbagai kebijakan yang disusun dan disahkan oleh pemerintah Kota Bekasi. Beberapa kebijakan tersebut antara lain dicantumkan dalam table 1;

Tabel 1. Kebijakan *Smart City* di Kota Bekasi

NO	No. Kebijakan	Tentang	Jenis kebijakan
1	110/2016	Rencana Pengembangan Kota Cerdas	Peraturan Wali Kota Bekasi
2	08/2017	Pedoman Pengelolaan Teknologi Informasi Komunikasi di Lingkungan Pemkot Bekasi	Peraturan Wali Kota Bekasi
3	555.12/Kep.177. Diskominfo- standi/ III/2017	Tim Kota Cerdas	Keputusan Wali Kota Bekasi
4	555.12/Kep.147. Diskominfo- standi/ III/2017	Petunjuk Teknis Pembangunan Sistem Informasi dan Layanan Berbasis e- Government Kota Bekasi	Keputusan Wali Kota Bekasi
5	555.12/Kep.148. Diskominfo- standi/ III/2017	Petunjuk Teknis Pendayagunaan Website resmi Pemerintah Kota dan Website Perangkat Daerah di Lingkungan Pemerintah Kota Bekasi	Keputusan Wali Kota
6	555.12/Kep.150. Diskominfo- standi/ III/2017	Tata Kelola Keamanan Informasi di Lingkungan Pemerintah Kota Bekasi	Keputusan Wali Kota
7	555.12/Kep.151. Diskominfo- standi/ III/2017	Petunjuk Teknis Tata Kelola Pusat Data, Pemulihan, dan komputasi Awan di Lingkungan Pemerintah Kota Bekasi	Keputusan Wali Kota
8	555.8/Kep.217. Diskominfo- standi/ IV/2017	Petunjuk Teknis Pengelolaan Jaringan Teknologi Informasi dan Komunikasi di Lingkungan Pemerintah Kota Bekasi	Keputusan Wali Kota

Sumber: (Kumpulan Kebijakan Dan Peraturan Bekasi *Smart City*, 2019)

Sebagai sebuah program, Bekasi *Smart City* telah direncanakan dan diimplementasikan. Perencanaan telah dilakukan dengan kebijakan dan menyusun program dengan melibatkan berbagai elemen masyarakat dengan pemerintah. Berbagai pihak yang terlibat dalam perencanaan program yaitu pihak perangkat pemerintah Kota Bekasi, pihak swasta, serta pemenuhan aturan-aturan yang mendukung pelaksanaan program. Sementara pada pelaksanaan program melibatkan pemangku kepentingan dari berbagai *stakeholder* mulai dari perencana hingga pelaksana.

Berdasarkan wawancara terdapat tim Bekasi *Smart City* terdiri dari pemerintah, unsur dinas-dinas terkait, yang bertugas merencanakan, melaksanakan dan mengevaluasi program. Integrasi dari program *Smart City* diawali dengan perencana – pelaksanaan. Perencanaan dimulai dengan menetapkan kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah dan implementasi dilakukan dengan upaya sosialisasi kepada masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan NV dan RH bahwa program *Smart City* merupakan program unggulan yang selama ini dimulai dari kepemimpinan Walikota pada periode pertama. Menurut informan NV meskipun sudah disosialisasikan masih banyak program yang belum diketahui masyarakat, meskipun ada beberapa program berkaitan dengan layanan sudah terlaksana, sebagaimana observasi peneliti saat warga melakukan kepengurusan dokumen catatan penduduk.

Tidak terlaksananya program ini dengan baik menurut informan AT dipengaruhi oleh berbagai faktor, (1)

kurangnya pemahaman masyarakat tentang program, termasuk pemahaman menggunakan aplikasi, (2) juga disebabkan minimnya tanggapan oleh pihak pemerintah. Misalnya dalam layanan aduan masyarakat melalui aplikasi layanan kesehatan, tanggapan pemerintah dirasa lama sebagaimana pengalaman yang pernah dialami oleh informan, sehingga lebih memilih manual.

Informan RH juga menguraikan bahwa program sudah dilakukan melalui sosialisasi, tetapi masih belum menyentuh inti dari program, ada kebanyakan masyarakat memahami program namun tidak menggunakan, hal ini karena ketika diimplementasikan proses yang dilakukan cukup rumit, atau tanggapan sistem eror, jaringan tidak tersedia, sehingga memilih kembali untuk mengurus layanan secara manual. Banyak juga masyarakat yang belum memahami bahkan belum mengetahui bahwa ada program *Smart City*. Menurut RH, meskipun integrasi program dari sisi pemerintah sudah pula dilaksanakan, hanya saja beberapa pihak tidak fokus menjalankan program tersebut, sehingga ketika salah satu organ yang terlibat dalam jaringan *Smart City* tidak menjalankan perannya maka akan mengganggu integrasi program yang direncanakan secara menyeluruh. Kendala lainnya berkaitan dengan dukungan anggaran dalam pelaksanaan program, menurut AT dukungan anggaran *Smart City* belum sepenuhnya optimal sehingga seringkali menjadi hambatan pula.

Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Bekasi dalam Program Bekasi Smart City.

Perencanaan dan implementasi program *Smart City* di Kota Bekasi dengan menggunakan komunikasi sebagai salah satu pendekatan, ialah melalui sosialisasi. Sosialisasi yang dilakukan di dalamnya mengandung aktor, tujuan sebagaimana yang diungkapkan Hallahan (2007) dan Shandu (2009). Aktor komunikasi dalam program ini terdiri dari pemerintah, unsur pemerintah, tim pelaksana, dinas terkait, hingga *stakeholder*, dengan menyasar masyarakat. Pada posisi tertentu, masyarakat dapat pula menjadi aktor program melalui pendekatan perbincangan antar pribadi.

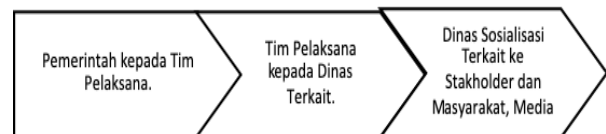
Berdasarkan wawancara dengan informan AT menyatakan bahwa implementasi program *Smart City* di kota Bekasi belum tercapai secara optimal, meski perencanaan telah disusun. Sejalan dengan ungkapan informan RH yang mengatakan bahwa implementasi program pemerintah ini masih membutuhkan pemahaman yang optimal pada unsur *stakeholder* pemerintah, sebagaimana pengalamannya berkomunikasi dengan rekan sejawat. Beberapa diantara rekan sejawat belum memahami secara utuh tentang program *Smart City*. Lebih jauh informan TT mengungkapkan bahwa dirinya belum sepenuhnya memahami layanan *Smart City* yang tersedia. TT mencontohkan aplikasi layanan kesehatan di tingkat RT yang ada di Bekasi sering eror dan ketika digunakan tidak ada respon, sehingga lebih memilih untuk langsung menghubungi petugas melalui *mobile phone*.

Strategi komunikasi pemerintah kota Bekasi dalam menyukseskan program

Smart City dilakukan melalui sosialisasi. Sosialisasi sebagai langkah dan upaya awal agar program dapat dipahami serta dijalankan oleh seluruh perangkat *stakeholder* dan masyarakat. Sosialisasi program *Smart City* di Kota Bekasi dilakukan melalui tiga tahapan setelah perencanaan, yakni mensosialisasikan program *Smart City* kepada unsur pemerintah dan tim pelaksana, mensosialisasikan program *Smart City* kepada berbagai dinas dan *stakeholder*, serta mensosialisasikan program *Smart City* kepada masyarakat.

Skema tahapan sosialisasi disajikan dalam bagan 1.

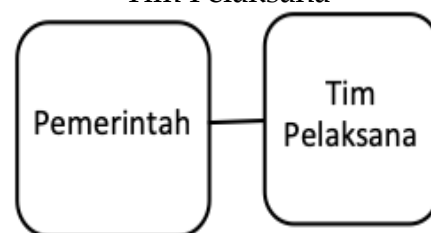
Bagan 1. Skema Sosialisasi sebagai Strategi Komunikasi



Sumber: Olahan Peneliti.

Apabila diurai, tahapan sosialisasi dapat dijelaskan sebagai berikut: (1) Sosialisasi Pemerintah kepada Tim Pelaksana, dicantumkan dalam bagan 2, (2) Sosialisasi Tim Pelaksana kepada Dinas Terkait, disajikan dalam bagan 3. (3) Sosialisasi Dinas Terkait ke *Stakholder* dan Masyarakat, digambarkan dalam bagan 4.

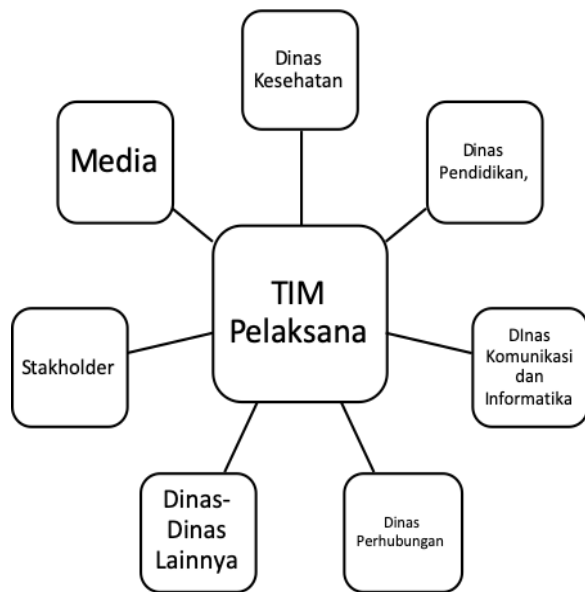
Bagan 2. Sosialisasi Pemerintah kepada Tim Pelaksana



Sumber: Olahan Peneliti.

Berdasarkan bagan diatas, dapat diidentifikasi melalui konsep Hallahan (2017) dan Sandhu (2009) yang menyatakan bahwa komunikasi dalam program itu bersifat disengaja, oleh organisasi atau institusi yang mengandung aktor dan tujuan. Aktor komunikasi dalam bagian sosialisasi program tersebut adalah pemerintah, sementara tim pelaksana menjadi pihak sasaran. Tujuan sosialisasi ini adalah penyampaian gagasan hasil perencanaan berbagai program *Smart City*. Pelaksanaan ini dilakukan dalam rapat terbatas antara tim pengembang *Smart City* dan pemerintah.

Bagan 3. Sosilasisasi Tim Pelaksana kepada Dinas terkait, Stakholder dan media.



Sumber: Olahan Peneliti.

Berdasarkan bagan 3, mengacu pada konsep Hallahan (2017) dan Sandhu (2009) menyatakan bahwa komunikasi dalam program itu bersifat disengaja, oleh organisasi atau institusi yang mengandung aktor dan tujuan. Aktor komunikasi dalam bagian sosialisasi tersebut adalah

tim pelaksana yang menginformasikan berbagai program kepada dinas terkait termasuk media. Tujuannya adalah agar gagasan dan informasi mengenai program dipahami dan diimplementasikan sesuai dengan program yang ditetapkan. Adapun institusi, adalah pemerintah sebagai pihak pengagas dan pelaksana program.

Bagan 4. Sosialisasi Dinas Terkait ke Stakholder dan Masyarakat



Sumber: olahan Peneliti

Berdasarkan bagan 4, diketahui bahwa upaya yang dilakukan pemerintah kota Bekasi melalui sosialisasi sebagai sebuah strategi telah dilakukan. Sosialisasi dilakukan dengan melibatkan berbagai *stakeholder* dan perangkat masyarakat yang terlibat. Sebagaimana pandangan Hallahan (2017) dan Sandhu (2009) bahwa *stakeholder* dalam tahapan sosialisasi tersebut merupakan aktor yang menjalankan program. Sebagai aktor, *stakeholder* harus memahami lebih mengenai inti dari program, tahapan pelaksanaan program hingga bagaimana

program itu dilaksanakan. Pemerintah Kota Bekasi sebagai instansi/lembaga sengaja menjadikan sosialisasi sebagai bentuk upaya mengimplementasikan program *Smart City* di Kota Bekasi sehingga berguna bagi masyarakat. Aktor komunikasi dalam program tersebut adalah *stakeholder*.

Sosialisasi telah dijadikan sebagai strategi dalam pelaksanaan program Bekasi *Smart City*, akan tetapi pemahaman tentang program masih perlu ditingkatkan sebagaimana pengalaman dari beberapa informan mengenai penggunaan beberapa aplikasi yang mendukung terwujudnya *Smart City*. Sosialisasi dilakukan dengan menjelaskan program Bekasi *Smart City* pada berbagai kesempatan diantaranya; rapat resmi dan rapat terbatas, sambutan pidato, pemasangan baliho dan penjelasan di website, event *car freeday*, sosialisasi di kelurahan, juga melalui postingan media sosial guna menysasar berbagai kalangan masyarakat.

Kesimpulan

Upaya Pemerintah Kota Bekasi sebagai aktor dalam program Bekasi *Smart City*, menggunakan strategi komunikasi untuk menyukseskan program. Strategi komunikasi pemerintah dilakukan dengan sosialisasi. Sosialisasi dilakukan melalui serangkaian tahapan mulai dari pihak pemerintah kepada tim pelaksana, tim pelaksana kepada dinas terkait, dinas terkait kepada masyarakat. Sosialisasi dilakukan dalam berbagai kegiatan dan event dengan tujuan memperkenalkan dan menysasar masyarakat dan *stakeholder* agar memahami dan menjalankan program. Meskipun demikian berbagai hambatan muncul dalam pelaksanaan program

diantaranya masih minimnya pemahaman tentang konsep *Smart City* baik dari masyarakat maupun pemerintah. Penelitian ini masih bersifat umum dan masih pada tahap memetakan strategi komunikasi pemerintah kota dalam sebuah program, sehingga diharapkan penelitian berikutnya dapat mengkaji lebih spesifik dari berbagai jenis aplikasi pendukung *Smart City* di Bekasi, serta dapat mengukur tingkat pemahaman dan penggunaan aplikasi tersebut di masyarakat.

Daftar Pustaka

- Bekasi, P. K. (2017). *ANALISIS STRATEGIS SMARTCITY KOTA BEKASI*.
- Bungin, B. (2007a). *Analisis data penelitian kualitatif*. PT RajaGrafindo Persada.
- Bungin, B. (2007b). *Penelitian kualitatif: komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya*. (VOL. 2). KENCANA.
- Creswell, J. W. (2010). *Research design pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Pustaka Pelajar.
- Devega, E. (2017). *Langkah Menuju "100 Smart City."* https://kominfo.go.id/Content/Detail/11656/Langkah-Menuju-100-Smart-City/0/Sorotan_media.
- Diskominfo. (2017). *BUKU III EXECUTIVE*.
- Firdaus, A. (2018, June). *Transformasi Smart City Kota Bekasi*. <https://megapolitan.antaranews.com>.
- Hallahan, K., Holtzhausen, D., van Ruler, B., Verčič, D., & Sriramesh, K. (2007). *Defining Strategic Communication*. *International Journal of Strategic Communication*, 1(1), 3–35. <https://doi.org/10.1080/15531180701285244>

- Holtzhausen, D. (2011). Strategic communication. *ACM International Conference Proceeding Series*, 1–11. <https://doi.org/10.1145/2000378.2000379>
- Kumpulan Kebijakan dan Peraturan Bekasi Smart City. (2019).
- Mael, M. Y. (2017). Implementasi Kebijakan Pemerintah dalam Meningkatkan Kesejahteraan Petani melalui Program Padat Karya Pangan di Kecamatan Noemuti. *Agrimor*, 2(04), 48–49. <https://doi.org/10.32938/ag.v2i04.321>
- Maryuni, S. (2015). Implementation of The National Community Empowerment Program (PNPM) In Pontianak. *Spirit Publik*, 10(1), 19–30.
- Meijer, A., & Bolívar, M. P. R. (2016). Governing the smart city: a review of the literature on smart urban governance. *International Review of Administrative Sciences*, 82(2), 392–408. <https://doi.org/10.1177/0020852314564308>
- Moleong, L. J. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2010). *Metode Penelitian Komunikasi (Revisi (Ed.))*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2017). *METODE PENELITIAN KUALITATIF : Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. PT Remaja Rosdakarya.
- Sandhu, S. (2009). Strategic Communication: An Institutional Perspective. *International Journal of Strategic Communication*, 3(2), 72–92. <https://doi.org/10.1080/15531180902805429>
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R and D*. Penerbit Alfabeta.
- Tim, G. (2019). *7 Kota di Indonesia yang Mengaplikasikan Program Smart City*. <https://Blog.Gamatechno.Com>.
- Yud. (2019). *Program Smart City Kota Bekasi Dinilai Hanya Sebatas Wacana*. <https://M.Radarnonstop.Co>.
- Zulaikha, Z., & Paribrata, A. I. (2017). Implementasi Kebijakan Keterbukaan Informasi Publik di Jawa Timur Tahun 2016. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 1(2), 131–162. <https://doi.org/10.25139/jsk.v1i2.168>