

**STRATEGI PEMERINTAH KABUPATEN SLEMAN DALAM
MENGKOMUNIKASIKAN APLIKASI LAPOR SLEMAN SEBAGAI UPAYA
MEWUJUDKAN *SMART CITY* TAHUN 2017**

NASKAH PUBLIKASI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Strata 1 Fakultas Sosial dan Ilmu Politik Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

Tanjung Kusuma Pangesti

20140530055

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2018

HALAMAN PENGESAHAN NASKAH PUBLIKASI

Naskah publikasi dengan judul:

**STRATEGI PEMERINTAH KABUPATEN SLEMAN DALAM
MENGKOMUNIKASIKAN APLIKASI LAPOR SLEMAN SEBAGAI UPAYA
MEWUJUDKAN *SMART CITY* TAHUN 2017**



Aswad Ishak, S.IP., M.Si.

NIK 19761030200210 163075

**STRATEGI PEMERINTAH KABUPATEN SLEMAN DALAM
MENGKOMUNIKASIKAN APLIKASI LAPOR SLEMAN SEBAGAI UPAYA
MEWUJUDKAN *SMART CITY* TAHUN 2017**

Tanjung Kusuma Pangesti

tanjungkusuma.96@gmail.com

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Brawijaya Kasihan Tamantirto Bantul
Yogyakarta

Aswad Ishak

Ishak@umy.ac.id

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Brawijaya Kasihan Tamantirto Bantul
Yogyakarta

ABSTRAK

Aplikasi Lapor Sleman merupakan salah satu kanal aduan yang disediakan oleh Pemerintah Kabupaten Sleman sebagai wadah aspirasi dari masyarakat. Aplikasi tersebut diluncurkan pada tahun 2016 sebagai pendukung program kota pintar di Kabupaten Sleman. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dan data dokumen. Terdapat tiga aspek yang menjadi acuan peneliti, yaitu strategi komunikasi (perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi). Jenis data penelitian ini yaitu terdiri atas sumber data primer dan sekunder. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini dalam strategi Pemkab Sleman mengkomunikasikan Aplikasi Lapor Sleman kepada masyarakat terfokus pada memberikan informasi. Dalam penyampaian pesannya menggunakan bahasa non formal dan mudah dipahami. Namun terdapat kelemahan dalam evaluasi terkait pengukuran efektivitas media yang digunakan untuk mengkomunikasikan Aplikasi Lapor Sleman, Pemkab Sleman tidak memiliki waktu khusus untuk membahas lebih dalam tentang hal tersebut.

Kata Kunci : Aplikasi Lapor Sleman, Strategi Pemerintah Kabupaten Sleman.

ABSTRACT

Application Lapor Sleman is one of canal of the complaint provided by the Government of Sleman as the aspirations of the community. The applications was launched in 2016. As a proponent of smart city programme in Sleman Regency. Research methods used in this research is descriptive qualitative by collecting data through in-depth interviews and data documents. There are three aspect that are being a references for researcher. That are communications strategy (planning, implementation and evaluation). Types of research data is made up of primary and secondary data sources. The results obtained from this research in Sleman District strategies communicate the Application Lapor Sleman to the community focused on providing information. In the delivery of the message using a non formal language and easy to understand. However, there are weaknesses in the evaluation of terkit measurement of the effectiveness of the medium used to communicate the Application Lapor Sleman, Sleman Regency does not have a special time to discuss more deeply about it.

Keywords: *Application Lapor Sleman, Strategy Of The Government Sleman Regency*

PENDAHULUAN

Smart City adalah konsep perencanaan kota dengan memanfaatkan perkembangan teknologi yang akan membuat hidup lebih mudah dan sehat dengan tingkat efisiensi dan efektifitas yang tinggi. *Smart City* juga kota yang secara antisipatif mampu mengelola sumber daya secara inovatif dan berdaya saing, dengan dukungan teknologi dalam rangka mewujudkan kota yang nyaman dan berkelanjutan. (<https://www.scribd.com/document/327197300/Definisi-Smart-City> , di akses pada Rabu, 7 Februari 2018). *Smart City* dapat diartikan sebagai “Kota Cerdas / Kota Pintar”. *Smart City* di Indonesia sudah mulai diterapkan. Seperti Kota Besar di Indonesia yaitu Surabaya, Bandung, Semarang, Bekasi, Tangerang Selatan; Kota sedang meliputi Denpasar Binjai, Manado, Yogyakarta, Kediri; Kota kecil yaitu Magelang, Sawahlunto, Bontang, Tual, dan Bukittinggi. 15 Kota tersebut mendapatkan penghargaan kota terbaik yang masuk dalam kategori utama Rating Kota Cerdas Indonesia (RKCI) 2017 (m.bisnis.com , diakses 7 Februari 2018).

Pemerintah sangat berperan untuk mewujudkan Kota Cerdas. Dalam bentuk mendukung *smart city* seutuhnya di Kota Yogyakarta, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta turut mengembangkan konsep *smart city* dengan *branding* “Sleman Smart Regency”. Program Sleman Smart Regency merujuk Visi Bupati Sleman dalam RPJMD Kabupaten Sleman Tahun 2016-2021 yang berbunyi “Terwujudnya

Masyarakat Sleman yang Sejahtera Mandiri, Berbudaya, dan Terintegrasikan Sistem E-Government menuju *Smart Regency* pada tahun 2021”.

Program Sleman Smart Regency meliputi beberapa bagian, yaitu Smart Governance, Smart Branding, Smart Economy, Smart Living, Smart Society, dan Smart Environment.

Aplikasi Lapor Sleman adalah salah satu pengembangan program Sleman Smart Regency dalam bagian Smart Governance untuk meningkatkan layanan publik khususnya masyarakat Sleman. Salah satu syarat peningkatan kualitas pelayanan publik, dimulai dengan menempatkan masyarakat sebagai poin sentral dalam setiap langkah pembangunan. Sleman mengadaptasi keterlibatan masyarakat dalam upaya pengawasan dan evaluasi kegiatan pembangunan melalui aplikasi lapor sleman yang ditujukan untuk memberikan kesempatan bagi masyarakat berpartisipasi dalam mewujudkan Sleman yang lebih baik. (data dokumen Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sleman).

Softlaunching 15 Mei 2016 lalu dan uji coba selama sembilan bulan, terus dilakukan pembenahan sistem IT hingga siap disosialisasikan secara luas (jogja.tribunnews.com, diakses Rabu 7 Februari 2018).

Namun sejak dilaunching, Aplikasi Lapor Sleman didownload sebanyak seribu kali.



Gambar 1.1 (Aplikasi Lapor Sleman dalam App Store)

Sumber: Google Play Store, diakses Jumat 02 Maret 2018

Sedangkan jumlah penduduk dikabupaten Sleman adalah 1.180.479 orang.

Jumlah Penduduk dan Kepadatan Penduduk menurut Kabupaten/Kota di D.I Yogyakarta, 2016

Kabupaten/ Kota	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah	
Regency/ City	Male	Female	Total	Population
1. Kulon Progo	204 831	211 852	416 683	710,74
2. Bantul	487 292	496 235	983 527	1 940,47
3. Gunung Kidul	348 825	373 654	722 479	486,40
4. Sleman	595 158	585 321	1 180 479	2 053,65
5. Yogyakarta	203 845	213 899	417 744	12 853,66
Provinsi D.I Yogyakarta	1 839 951	1 880 961	3 720 912	1 167,97

nan kami mengalami gangguan terutama pada koleksi publikasi yang kami sajikan.

Gambar 1.2 (Data Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota di D.I Yogyakarta 2016)

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Sleman, Diakses pada Jumat, 02 Maret 2018

Jumlah yang mendownload Aplikasi tersebut sangat sedikit dilihat dari jumlah penduduk di Kabupaten Sleman. Beberapa masyarakat di Kabupaten Sleman menyatakan belum mengetahui Aplikasi Lapor Sleman.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan diatas, maka peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana strategi Pemerintah Kabupaten Sleman dalam Mengkomunikasikan Program Aplikasi Lapor Sleman sebagai upaya Mewujudkan *Smart City* Tahun 2017?

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah : Mengetahui Strategi Pemerintah Kabupaten Sleman dalam Mengkomunikasikan Program Aplikasi Lapor Sleman sebagai upaya Mewujudkan *Smart City* Tahun 2017

MANFAAT PENELITIAN

Peneliti mengharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menjadi bermanfaat baik secara teoritis maupun secara praktis, yaitu:

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi kajian-kajian ilmiah untuk sebuah teori yang dapat digunakan oleh penelitan selanjutnya. Menambah wacana bagi para akademisi perihal strategi publikasi informasi dalam pemerintahan.

2. Praktis

Dapat menjadi rekomendasi dan perbaikan bagi Pemerintah Kabupaten Sleman mengenai strategi Pemerintah Kabupaten Sleman yang seharusnya dilakukan untuk mengkomunikasikan program Aplikasi Laport Sleman.

KAJIAN TEORI

Proses Public Relations

Cultip dan Center dalam Rachmadi (1992) kegiatan public relations dilakukan melalui proses sebagai berikut:

1) **Penemuan fakta (*fact finding*)**

Penemuan fakta dilakukan untuk mengetahui apakah situasi dan pendapat dalam masyarakat menunjang atau justru menghambat kegiatan organisasi, instansi, atau perusahaan.

Dalam fase penemuan fakta ini seorang petugas public relations dituntut:

- a. Memperhatikan berbagai kejadian atau perkembangan sosial, politik, maupun ekonomi yang secara langsung atau tidak langsung berhubungan dengan organisasi atau perusahaannya.
- b. Mengumpulkan berbagai macam data untuk diolah menjadi informasi
- c. Menganalisis informasi itu agar sesuai dengan keperluan organisasi ataupun perusahaan.
- d. Selalu siap menyajikan berbagai informasi secukupnya kepada setiap unit organisasi atau perusahaan.
- e. Menyempurnakan segala macam informasi yang dirasakan masih kurang memadai, serta
- f. Melengkapi simpanan data dan informasi antara lain dengan menyelenggarakan dokumentasi dan *prss-clip-pings*.

2) **Perencanaan (*Planning*)**

Perencanaan atau *Planning* merupakan bagian penting didalam usaha memperoleh *public opinion* yang menguntungkan. Perencanaan ini merupakan bidang yang cukup penting, karena menghubungkan kegiatan komunikasi dengan kepentingan dan organisasi ataupun perusahaan.

Berdasarkan hasil *fact finding*, dalam tahap ini sejumlah langkah harus dilakukan, yaitu:

- a. Merumuskan apa tujuan yang harus dicapai oleh *public relations* ketika mengirim pesan tertentu.
- b. Mengolah data yang diperolehnya tentang berbagai faktor sosial, politik, dan sebagainya yang sekiranya diperlakukan.
- c. Merumuskan bagaimana pesan itu harus disebarkan
- d. Menentukan teknik komunikasi
- e. Memeriksa kesempurnaan informasi yang diperolehnya pada tahap *fact finding*.
- f. Membandingkan pengalaman-pengalaman pihak lain dan organisasinya sendiri guna memperoleh langkah terbaik.
- g. Mengadakan analisis atas informasi yang diperoleh serta merumuskannya sesuai dengan program kerja, yaitu sesuai dengan situasi ataupun tempat.

3) Komunikasi (*Communication*)

Tahapan komunikasi tidak terlepas dari perencanaan tentang bagaimana mengkomunikasikan dan apa yang dikomunikasikan. Bagaimana mengkomunikasikan sesuatu dan apa yang dikomunikasikan, sebenarnya tidak terlepas dari tujuan yang hendak dicapai melalui kegiatan public relations. Kegiatan komunikasi dapat berbentuk lisan, tertulis, visual, atau dengan menggunakan lambang-lambang tertentu

4) Evaluasi (*Evaluation*)

Setelah komunikasi dilaksanakan, maka sesuatu organisasi atau perusahaan tentu ingin mengetahui dampak atau pengaruhnya terhadap public atau khalayak. Hal ini dilakukan melalui evaluasi.

Pemilihan Media Publisitas

Memilih media komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik dan tujuan isi pesan yang ingin disampaikan, dan jenis media yang dimiliki oleh khalayak (Hafied, 2013:120)

Dalam menentukan jenis media yang digunakan, sering terjadi pergeseran. Hal ini disebabkan perkembangan media itu sendiri selalu berubah dan berkembang dari

waktu ke waktu. Media digolongkan menjadi dua jenis yaitu media lama (konvensional) dan media baru (*new media*).

1) Media Lama (Konvensional)

a) Media Cetak

Media cetak adalah saluran komunikasi dimana pesan-pesan verbalnya (tertulis) maupun dalam bentuk gambar dilakukan dalam bentuk tercetak. Kelebihan media ini yakni dapat dibaca oleh banyak orang terutama dalam satu rumah tangga asrama hotel atau perpustakaan. Sayangnya media ini tidak memiliki jangkau jauh.

b) Media Elektronik

Media elektronik pesan-pesannya disampaikan melalui getaran listrik yang diterima oleh pesawat penerima tertentu, misalnya televisi dan radio. Kelebihan media elektronik dapat menembus ruang dan waktu, sehingga informasinya sangat cepat dan serempak.

c) Media Luar Ruang (*Outdoor Media*)

Media luar ruang biasa dikaitkan dengan dunia estetika dalam bentuk lukisan, dan ditempatkan pada tempat-tempat yang ramai dapat dilihat oleh banyak orang. Bentuk-bentuk media luar ruang antara lain; spanduk, baliho, reklame, iklan mobil atau kereta api, *electronic board*, bendera umbul-umbul, balon, dan iklan pohon.

d) Media Format Kecil

Media format kecil biasanya terdiri atas berbagai macam media, tetapi bentuknya lebih kecil, dan isinya kadang terfokus pada satu macam informasi. Bentuk media format kecil ada dalam bentuk cetakan, lukisan dan artefak lainnya, seperti: bulletin, *leaflet*, selebaran, brosur, poster, kalender, stiker, pin-encana, kaos oblong, dasi, *blocknotes*, payung, kantong jinjingan, topi (pet), dan sebagainya.

e) Saluran Komunikasi Kelompok

Seseorang yang hidup sebagai anggota masyarakat minimal ia akan terkait dengan kelompok, apakah itu kelompok partai, kelompok sosial, atau kelompok profesi. Dalam komunikasi kelompok bisa juga dibangun hubungan-hubungan sosial dalam bentuk komunikasi tatap muka, misalnya; kelompok arisan atau pengajian, kitanan, perkawinan, pesta penen, rukun kampung dan rukun tetangga, rumah kosh, asrama, dan semacamnya.

f) Saluran Komunikasi Publik

Ada yang beranggapan bahwa saluran komunikasi publik juga adalah saluran komunikasi massa, sebab melibatkan banyak orang. Tetapi ada juga yang menilai bahwa komunikasi publik tidak sama dengan komunikasi massa, sebab komunikasi publik sifatnya tatap muka, terbuka dan langsung. Sementara komunikasi massa diantarai oleh media, dan tidak bertatap langsung.

g) Saluran Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi adalah suatu bentuk komunikasi yang berlangsung secara tatap muka, tetapi karena pesan-pesannya yang sangat pribadi (*privacy*) dan tidak boleh didengar orang lain kecuali yang terlibat langsung dalam komunikasi. Saluran komunikasi antarpribadi yaitu: surat-menyurat, telepon, sms, anggota keluarga, tetangga dekat, sahabat, dan teman kantor.

h) Saluran Komunikasi Tradisional

Komunikasi tradisional masih banyak ditemui dikalangan anggota masyarakat pedalaman. Untuk mendekati mereka diperlukan saluran komunikasi tradisional seperti, pesta adat, upacara kelahiran, upacara kematian dan lain sebagainya.

Media Baru (*New Media*)

a) Internet

Media internet adalah hasil rekayasa para pakar teknologi informasi yang berhasil menggabungkan antara komunikasi interpersonal dan komunikasi massa. Disebut komunikasi massa karena dapat menjangkau khalayak secara global, dan dikatakan interpersonal karena pesan yang dibuat diarahkan dan dikonsumsi secara pribadi. Kelebihan media internet adalah; (1) mampu untuk menembus batas wilayah, ruang dan waktu, (2) memperluas akses memperoleh informasi global, (3) meningkatkan kemampuan untuk berserikat secara bebas, (4) mengancam tatanan yang telah mapan seperti pemerintahan otokrasi, serta (5) memiliki kecepatan perkembangan dan penyebaran yang sulit diatasi.

b) Internet Sebagai Media Sosial

Perkembangan terakhir internet digunakan sebagai media sosial (*social network*) melalui *facebook*, *twitter*, *blog (my space)*, *linkedln (bisnis dan*

professional), *Friendster*, *devianART* (*digital art*), *wayn* dan *Couchsurfing* (*traveling*), *flickr* (*berbagi foto*).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian analisis deskriptif. Dalam penelitian ini peneliti hanya bertindak sebagai pengamat, tujuan dalam menggunakan metode ini adalah menggambarkan suatu keadaan sementara berjalan pada saat penelitian. Metode dalam penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana strategi Pemerintah Kabupaten Sleman dalam mengkomunikasikan Aplikasi Lapori Sleman sebagai upaya mewujudkan *Smart City*.

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara mendalam dengan informan yang mempunyai kriteria yang dipilih oleh peneliti untuk diwawancara adalah pihak-pihak yang terkait dalam pelaksanaan strategi Pemerintah Kabupaten Sleman dalam mengkomunikasikan Aplikasi Lapori Sleman. Informan yang mampu memberikan informasi-informasi dan data kepada peneliti adalah sebagai berikut: Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sleman staff seksi Komunikasi Publik dan Pelayanan Pengaduan dan Masyarakat Sleman yang mengetahui Aplikasi Lapori Sleman serta menggunakan Aplikasi Lapori Sleman.

2. Teknik Analisis Data

Analisis data penelitian yang dipergunakan sesuai dengan model Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga kegiatan analisis data secara serempak, yaitu: (1) Reduksi data, (2) Data display, dan (3) Penarikan kesimpulan.

3. Uji Validitas Data

Peneliti menggunakan teknik triangulasi dengan sumber data yang dilakukan dengan membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dengan waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif (Patton, 197:331 dalam metode penelitian kualitatif).

SAJIAN DATA DAN ANALISIS

1. Penemuan Fakta (*fact finding*)

- a.** Memperhatikan berbagai kejadian atau perkembangan sosial, politik, maupun ekonomi yang secara langsung atau tidak langsung berhubungan dengan organisasi atau perusahaannya. Pemerintah Kabupaten Sleman yaitu DisKominfo selaku pengelola Aplikasi Lapor Sleman menciptakan Aplikasi tersebut dilatarbelakangi oleh dinamika perubahan masyarakat kabupaten Sleman dimana internet sudah menjadi budaya dalam masyarakat. Hal ini sesuai dengan konsep atau teori, sehingga kedepannya penemuan data perkembangan sosial dan ekonomi dapat menjadi strategi dalam mengkomunikasikan Aplikasi Lapor Sleman
- b.** Mengumpulkan berbagai macam data untuk diolah menjadi informasi. DisKominfo selaku pengelola menemukan fakta-fakta yang diperoleh di masyarakat Sleman. Fakta yang diperoleh tidak hanya mengenai perubahan demografis, namun bagaimana penggunaan internet yang kian menjamur dimasyarakat, sehingga data tersebut diolah menjadi informasi. Hal tersebut sesuai dengan teori, menurut peneliti, data tersebut dapat menjadi strategi bagaimana informasi mengenai Aplikasi Lapor Sleman akan disebarluaskan dengan menggunakan internet karena penggunaan internet sudah menjadi budaya dalam masyarakat Sleman itu sendiri
- c.** Menganalisis informasi itu agar sesuai dengan keperluan organisasi ataupun perusahaan. DisKominfo tidak melakukan analisis data-data yang telah didapat tersebut untuk menjadi rumusan dalam menyusun kegiatan komunikasi Aplikasi Lapor Sleman agar maksimal. Menurut peneliti hal tersebut perlu dilakukan agar data yang diperoleh diolah dan menjadi strategi dalam pelaksanaan kegiatan komunikasi Aplikasi Lapor Sleman sehingga dalam pelaksanaannya dapat langsung menasar kepada target sasaran program tersebut.
- d.** Selalu siap menyajikan berbagai informasi secukupnya kepada setiap unit organisasi atau perusahaannya. DisKominfo melakukan penyajian informasi kepada instansi terkait agar dalam mengkomunikasikan aplikasi Lapor Sleman, tetap akan sampai kepada masyarakat walaupun yang menyampaikan bukan dari DisKominfo. Hal tersebut sesuai dengan teori, karena kedepannya akan tetap selaras dengan instansi lainnya. Menurut peneliti hal ini untuk meminimalisir terjadinya salah paham dengan instansi terkait tentang kegiatan komunikasi Aplikasi Lapor Sleman

- e. Menyempurnakan segala macam informasi yang dirasakan masih kurang memadai. DisKominfo hanya mencari informasi secara umum dan temuan data dilapangan tidak secara sistematis, sehingga informasi yang diperoleh belum sempurna. Menurut peneliti informasi yang kurang sempurna dapat menjadi kendala dalam kegiatan mengkomunikasikan Aplikasi Lapor Sleman atau bahkan informasi tersebut tidak sesuai dengan kondisi masyarakat. Seharusnya Diskominfo menyempurnakan informasi yang diperoleh sebelum menyebarluaskan informasi tersebut.
- f. Melengkapi simpanan data dan informasi antara lain dengan menyelenggarakan dokumentasi dan *press-clippings*. DisKominfo tidak melakukan dokumentasi dalam penemuan data-data yang diperoleh, karena DisKominfo tidak secara sistematis mencari data-data tersebut, hanya melihat secara umum kondisi pada masyarakat Sleman tidak hanya itu keterbatasan sumber daya manusia juga menjadi faktor tidak dilakukan dokumentasi data-data temuan. Menurut peneliti dokumentasi sangat dibutuhkan untuk memperkuat data yang ditemukan, agar informasi tersebut merupakan informasi yang valid.

2. Perencanaan (*Planning*)

- a. Merumuskan apa tujuan yang harus dicapai oleh *public relations* ketika mengirim pesan tertentu. DisKominfo tidak merumuskan apa tujuan yang harus dicapai ketika program Aplikasi Lapor Sleman dikomunikasikan kepada masyarakat, selain tidak melakukan rapat khusus, DisKominfo tidak begitu terfokus pada pencapaian kegiatan komunikasi Aplikasi Lapor Sleman. Menurut peneliti, seharusnya DisKominfo merumuskan secara jelas tujuan yang akan dicapai setelah melakukan kegiatan komunikasi Aplikasi Lapor Sleman kepada masyarakat, sehingga kegiatan komunikasi terarah dan fokus terhadap capaian serta tujuan diciptakan Aplikasi Lapor Sleman
- b. Mengolah data yang diperoleh tentang berbagai faktor sosial, politik, dan sebagainya yang sekiranya diperlukan. Data yang diperoleh mengenai fenomena perubahan demografis dan juga penggunaan internet dimasyarakat tidak dibahas secara matang. Sehingga informasi yang akan disebarluaskan juga tidak secara matang. Menurut peneliti seharusnya dilakukan pengolahan pada data-data hasil temuan sehingga informasi yang akan disebarluaskan kepada

masyarakat menjadi informasi yang menarik dan siap diterima oleh masyarakat.

- c. Merumuskan bagaimana pesan itu harus disebarkan. DisKominfo merencanakan kegiatan komunikasi Aplikasi Lapor Sleman dengan media-media yang mudah dijangkau oleh masyarakat. Hal tersebut sudah sesuai dengan teori namun, pada kenyataannya media yang telah direncanakan tidak dimaksimalkan. Sehingga menurut peneliti pesan yang disebar melalui media-media tersebut harus disesuaikan dengan media yang sedang diminati masyarakat, sehingga pesan tersebut sampai kepada sasaran dengan tepat.
- d. Menentukan teknik komunikasi. DisKominfo merencanakan kegiatan komunikasi untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat. Hal tersebut sudah sesuai dengan teori, namun pada kenyataannya teknik komunikasi yang dilakukan oleh DisKominfo masih belum terlaksana dengan baik. Menurut peneliti DisKominfo belum menentukan teknik penyampaian pesan berdasarkan waktu persebaran pesan tersebut, padahal hal tersebut sangat dibutuhkan untuk mendukung kegiatan komunikasi agar mencapai target sasaran.
- e. Memeriksa kesempurnaan informasi yang diperoleh pada tahap *fact finding*. Hal tersebut tidak dilakukan oleh DisKominfo. Pada penemuan data, DisKominfo tidak melakukan pengolahan data temuan tersebut agar menjadi informasi yang menarik. Menurut peneliti jika dilakukan pengolahan data temuan pada *fact finding*, maka informasi akan lebih siap untuk disebarluaskan kepada masyarakat sesuai dengan isu yang ada pada masyarakat.
- f. Membandingkan pengalaman-pengalaman pihak lain dan organisasinya sendiri guna memperoleh langkah terbaik. DisKominfo dalam merencanakan kegiatan komunikasi DisKominfo membandingkan pengalaman dari organisasinya sendiri, sehingga media yang digunakan setiap tahunnya pasti mengalami perubahan. Namun pada kenyataannya perubahan media-media yang digunakan tidak merubah jumlah pengguna Aplikasi Lapor Sleman. Menurut peneliti, harus dilakukan rapat khusus dalam penggunaan media agar lebih efektif.
- g. Mengadakan analisis atas informasi yang diperoleh serta merumuskannya sesuai dengan program kerja, yaitu sesuai dengan situasi ataupun tempat.

DisKominfo tidak melakukan analisis informasi dengan menyesuaikan informasi dengan situasi ataupun tempat, hal tersebut sangat perlu dilakukan. Menurut peneliti menyesuaikan informasi dengan situasi dan tempat mempengaruhi keberhasilan kegiatan komunikasi, sehingga dalam tempat tertentu harus disesuaikan dengan penyampaian pesan tersebut agar lebih efektif.

3. Pelaksanaan

1. Komponen Sasaran

Komponen sasaran penting untuk menentukan segmentasi atau target mana yang ingin dituju karena strategi tentunya tidak lepas dari yang namanya sasaran. DisKominfo tidak menentukan target sasaran secara spesifik. Target sasaran yang ditentukan oleh DisKominfo adalah masyarakat Sleman yang menggunakan *smartphone* khususnya *android*. Menurut peneliti seharusnya DisKominfo memiliki sasaran yang lebih spesifik dengan bisa dibagi dalam sasaran internal ataupun eksternal. Sarana internal seperti pihak karyawan Pemkab Sleman itu sendiri, hal tersebut bisa menjadi pendukung dalam pelaksanaan kegiatan komunikasi Aplikasi Lapori Sleman untuk mencapai sasaran eksternal.

2. Pemilihan Media Publikitas

A) Media lama (Konvensional)

a. Media Cetak

DisKominfo melakukan *Softlaunching* dengan mengundang wartawan media cetak (Koran). Sehingga adanya program Aplikasi Lapori Sleman ini dapat dimuat pada berita Koran dan secara otomatis masyarakat yang berlangganan Koran akan membaca berita tersebut. Menurut peneliti DisKominfo harus melakukan publikasi secara berkala melalui media cetak dengan iklan pada media tersebut sehingga Aplikasi Lapori Sleman tetap dimuat pada media cetak.

b. Media Elektronik

Melalui media elektronik pesan dapat disampaikan kepada khalayak melalui getaran listrik yang akan diterima dengan pesawat penerima tertentu, misalnya televisi dan radio. DisKominfo juga menggunakan media elektronik dalam mengkomunikasikan Aplikasi Lapori Sleman kepada masyarakat. DisKominfo melakukan *talkshow* di televisi lokal dan radio

lokal. Namun, media elektronik yang digunakan tidak selalu membahas Aplikasi Lapor Sleman tersebut, seharusnya pesan melalui media elektronik tersebut dijadwalkan dan secara berkala.

c. Media Luar Ruangan (*Outdoor Media*)

DisKominfo menggunakan media videotron dan juga baliho yang dipasang pada titik-titik tertentu di lingkungan Kabupaten Sleman, sama dengan media elektronik, penggunaan baliho dan videotron tidak berkala. Menurut peneliti, media ini dapat dimanfaatkan dengan menggunakan konten yang menarik, dan dapat meningkatkan pengguna Aplikasi Lapor Sleman.

d. Media Format Kecil

Brosur dan Stand banner adalah media format kecil yang gunakan DisKominfo dalam persebaran informasi Aplikasi Lapor Sleman, dengan menempatkan brosur dan stand banner pada intansi pelayanan publik diseluruh Kabupaten Sleman, media tersebut dapat dikatakan paling konsisten digunakan. Namun pada kenyataannya dilapangan informan pengguna Aplikasi Lapor Sleman tidak ada yang mengetahui informasi Aplikasi Lapor Sleman melalui media tersebut. Menurut peneliti, inilah yang harus diperhatikan DisKominfo agar memilih media sesuai dengan kondisi serta situasi target sasarannya.

e. Saluran Komunikasi Kelompok, Publik, Antar Pribadi, Tradisional

DisKominfo tidak melakukan persebaran informasi Aplikasi Lapor Sleman dengan menggunakan saluran komunikasi kelompok. Tidak ada penyuluhan khusus kepada komunitas-komunitas atau organisasi-organisasi yang ada di Kabupaten Sleman, karena terbatasnya sumber daya manusia (SDM) untuk melakukan hal tersebut. Menurut peneliti DisKominfo seharusnya melakukan penyuluhan khusus karena masyarakat akan lebih mudah dan tertarik untuk menggunakan Aplikasi Lapor Sleman, penyuluhan dapat dengan mudah melakukan tutorial penggunaan Aplikasi.

B) Media Baru (*New Media*)

a. Internet

Media internet digunakan DisKominfo sebagai sarana yang dirasa harus digunakan, melihat persebaran informasi menggunakan internet cepat, mudah dan lebih menghemat biaya DisKominfo juga melihat perkembangan target masyarakat Sleman yang sudah menjadikan internet

sebagai kebutuhan sehari-hari. Hal ini sesuai dengan teori, namun dalam komunikasi melalui internet peneliti menilai kurang maksimal

b. Internet sebagai Media Sosial

DisKominfo menggunakan media internet sehingga secara otomatis media sosial juga digunakan. Persebaran informasi melalui media sosial yang dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Sleman. Dalam penggunaan internet yang dapat dikatakan kurang maksimal tentu berpengaruh pada penggunaan media sosial, dimana pada kenyataannya penggunaan media sosial tidak dimaksimalkan untuk mengkomunikasikan Aplikasi Lapor Sleman, terbukti dengan publisitas mengenai Aplikasi yang sangat sedikit, padahal jika intensitas dalam mengkomunikasikan Aplikasi Lapor Sleman dengan media ditambah akan menambah jumlah pengguna Aplikasi.

4. Evaluasi

DisKominfo menyadari bahwa keberhasilan dari kegiatan komunikasi program Aplikasi Lapor Sleman adalah berapa banyak yang mendownload dan menggunakan Aplikasi tersebut, namun pada kenyataannya DisKominfo tidak menetapkan tingkat keberhasilan tersebut kepada yang mendownload atau menggunakan. Menurut peneliti, DisKominfo harus menetapkan keberhasilan kegiatan komunikasi mengenai Aplikasi Lapor Sleman tersebut, sehingga Aplikasi Lapor Sleman yang dianggap mampu menjadi alternatif layanan aduan untuk masyarakat dapat dimanfaatkan secara maksimal pula.

Media-media yang telah digunakan untuk mengkomunikasikan Aplikasi Lapor Sleman kepada masyarakat tidak dievaluasi oleh DisKominfo, seharusnya hal ini juga dilakukan agar DisKominfo dapat memaksimalkan media yang paling efektif digunakan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian terhadap Strategi Pemerintah Kabupaten Sleman dalam Mengkomunikasikan Aplikasi Lapor Sleman dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Pada tahap perencanaan, DisKominfo Kabupaten Sleman selaku pengelola Aplikasi Lapor Sleman tidak melakukan penelitian atau *fact finding* secara mendalam

dan sistematis, sehingga Aplikasi Lapori Sleman diciptakan tanpa didasari data yang belum mendalam dan langsung ditawarkan pada masyarakat sehingga informasi dari penemuan fakta-fakta dengan hanya melihat secara umum keadaan masyarakat.

Kegiatan yang dilaksanakan untuk mengkomunikasikan Aplikasi Lapori Sleman telah dilakukan oleh DisKominfo dengan menggunakan media penyampaian pesan melalui media konvensional, yaitu media cetak, media elektronik, media luar ruangan dan media format kecil, namun tidak menggunakan media saluran komunikasi kelompok, publik, antar pribadi, dan saluran komunikasi tradisional. Untuk media internet seperti media sosial digunakan DisKominfo dalam kegiatan komunikasi Aplikasi Lapori Sleman.

Pada tahap evaluasi, DisKominfo tidak membahas secara khusus tentang permasalahan operasional Aplikasi Lapori Sleman dan permasalahan selama pelaksanaan kegiatan berlangsung untuk dapat diperbaiki kedepannya. Dalam penelitian ini, peneliti membuat kesimpulan bahwa DisKominfo dapat merealisasikan kegiatan komunikasi melalui berbagai media komunikasi, namun DisKominfo tidak melakukan dua tahap komunikasi dengan baik yaitu tahap perencanaan dan tahap evaluasi. Hal tersebut mempengaruhi pada hasil yang dicapai oleh Pemerintah Kabupaten Sleman dalam mengkomunikasikan Aplikasi Lapori Sleman kepada masyarakat dan juga mengajak masyarakat untuk menggunakan Aplikasi Lapori Sleman ini.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

Siswanto, Bambang, 1992, *Humas: Hubungan Masyarakat Teori dan Praktek*, Bumi Aksara, Jakarta

Rachmadi. F, 1992, *Public Relations dalam Teori dan Paktek*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Moleong, Lexy J, 2002, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT Remaja Rosdakarya Offset, Bandung

Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta CV, Bandung

INTERNET:

jogja.tribunnews.com, diakses Rabu 7 Februari 2018

<https://www.scribd.com/document/327197300/Definisi-Smart-City> , di akses pada Rabu, 7 Februari 2018

