

BAB III

SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan sajian data yang telah didapatkan oleh penulis melalui teknik wawancara dan dokumentasi yang dilakukan di Dinas Kominfo DIY. Pembahasan pada bab ini berusaha menjawab permasalahan penelitian mengenai bagaimana manajemen pengelolaan aplikasi Jogja Istimewa sebagai salah satu *tools digital public relations* Pemda DIY. Selanjutnya akan dipaparkan mengenai implementasi pengelolaan mulai dari tahap perencanaan hingga evaluasi serta faktor pendukung dan penghambat. Selain itu juga akan diulas mengenai kontribusi aplikasi Jogja Istimewa dalam mendukung citra DIY sebagai *smart province* di tahun 2019.

A. SAJIAN DATA

1. Latar Belakang Aktivitas *Digital Public Relations* Pemda DIY

Public Relations/ Kehumasan merupakan salah satu kunci yang menentukan keberhasilan instansi/perusahaan. Hal utama yang menjadi tolok ukur keberhasilan PR adalah kemampuan seorang PR dalam membangun komunikasi dua arah dengan publik maupun stakeholdernya, tak terkecuali PR/ Humas Pemerintah. Humas Pemerintah yang memiliki tujuan untuk menjembatani komunikasi antara pemangku kepentingan dengan publiknya, dituntut untuk membuka akses komunikasi seluas-seluasnya agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam rangka mewujudkan komunikasi dua

arah tersebut, dibutuhkan media sebagai sarana penyampaian pesan. Berbagai bentuk media yang dimanfaatkan oleh PR untuk menjangkau publiknya antara lain media konvensional seperti televisi, radio, dan koran serta tak ketinggalan media baru seperti *website*, *sosial media* (*facebook*, *instagram*, *twitter* dan sebagainya).

Media baru ini memiliki beberapa kelebihan yang tidak dapat ditemui di media konvensional pada umumnya. Sifatnya yang interaktif, hemat biaya, dan memiliki jangkauan yang luas menjadi alasan bagi seorang PR untuk mengadopsi penggunaan internet guna menunjang berbagai aktivitasnya, termasuk humas pemerintah. Humas Pemda DIY juga turut memanfaatkan media baru ini sebagai strategi untuk menjangkau publiknya. Beberapa *tools digital* PR yang digunakan oleh Pemda DIY dalam menyebarkan informasi, menciptakan komunikasi dua arah serta meningkatkan pelayanan kepada publik antara lain, *website*, sosial media (*facebook*, *twitter*, *instagram*, dan *youtube*) serta beberapa aplikasi yang dikembangkan oleh Pemda DIY seperti “Jogja Istimewa” Apps dan *E-Lapor*.

Aplikasi-aplikasi ini dikembangkan sebagai upaya untuk mengatasi berbagai permasalahan yang ditemui di wilayah DIY. Seperti contohnya aplikasi “Jogja Istimewa” yang dinisiasi Pemda DIY akan pentingnya akses informasi di wilayah Yogyakarta mengingat Yogyakarta adalah daerah yang tidak pernah sepi akan wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Begitu pula dengan

aplikasi *E-Lapor* yang dirilis sebagai wadah bagi masyarakat untuk menyampaikan keluhan, maupun aduan atas berbagai masalah yang ditemui di wilayah DIY seperti masalah infrastuktur, kesehatan, birokrasi pemerintahan dan lain sebagainya.

Dinas Kominfo DIY memahami betul bagaimana potensi yang dimiliki media digital sebagai medium penyampaian pesan antara pemerintah dengan publiknya. Mengingat di era revolusi industri 4.0 ini masyarakat perlahan mulai meninggalkan media konvensional dan beralih menggunakan internet. (Hasil Wawancara dengan Benny Saptianto Staff Bidang Layanan Publik pada tanggal 7 Februari 2020).

Beberapa aplikasi milik Pemda DIY ini dikelola dan dinaungi oleh Dinas Kominfo DIY. Hal ini selaras dengan tugas pokok dan fungsi Dinas Kominfo DIY sesuai dengan Peraturan Gubernur No. 65 Tahun 2018 yang menyebutkan bahwa Dinas Kominfo DIY berfungsi untuk mengembangkan dan mengelola teknologi dan informasi, serta mengelola informasi dan komunikasi publik di wilayah DIY. Dalam hal ini Dinas Kominfo turut serta menjalankan fungsi kehumasan sebagai *methods of communication* dan berperan untuk menyediakan layanan teknis dalam menjalin komunikasi seluas-luasnya dengan publik.

Fungsi kehumasan yang ada pada Dinas Kominfo dijalankan oleh Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) dimana bidang

ini juga berkolaborasi dengan Humas Pemda DIY dalam menjangkau publik.

“Untuk kegiatan kehumasan, jadi dulu itu sebelum tahun 2019 kan di Dinas Kominfo DIY sendiri ada bidang humas. Sampe pada akhirnya di tahun 2019 awal bidang humas Dinas Kominfo bergabung dengan Biro Umum, Humas dan Protokol Pemda DIY. Nah awal-awalnya itu sempet terjadi kebingungan gitu. Karena Tupoksi-nya masih abu-abu. Kehumasan di Pemda pada saat itu masih belum jelas. Lalu di tahun yang sama keluar Pergub DIY yang mengatur mengenai pembagian tugas antara Bidang Humas dan Bidang Informasi Komunikasi Publik. Nah dari Pergub itu disebutkan dengan jelas tugas dari Humas Pemda DIY adalah sebagai corong informasi lah intinya, jadi setiap ada berita atau informasi yang masih simpang siur kejelasannya, yang punya kuasa untuk mengklarifikasi itu adalah Humas Pemda, terkait media relations, press conference dan semacamnya itu tugas Humas. Sementara itu, Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) Dinas Komunikasi lebih berperan untuk memberikan edukasi, literasi, dan sosialisasi kepada masyarakat yang terkait dengan media digital saat ini seperti bijak bermedsos, forum informasi masyarakat, diseminasi konten positif, gitu. Tapi, kita juga tetap berkolaborasi dengan Humas Pemda dalam memberikan informasi yang kredibel kepada masyarakat”. (Hasil Wawancara dengan Benny Saptianto, Staff Bidang Komunikasi dan Informasi Publik Dinas Kominfo DIY pada tanggal 7 Februari 2020).

Adapun aktivitas kehumasan yang dilakukan oleh Bidang IKP diantaranya mengadakan sosialisasi, literasi pemanfaatan media digital dan terjun ke masyarakat untuk menampung aspirasi sehingga harapannya dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam penentuan kebijakan pemerintah.

2. Manajemen Pengelolaan Aplikasi “Jogja Istimewa” Sebagai Salah Satu *Tools Digital PR* Pemda DIY.

Berikut tahapan manajemen yang dilakukan oleh Dinas Kominfo DIY dalam pengelolaan aplikasi Jogja Istimewa ;

a) Analisis Tren/Kebiasaan Masyarakat.

Tahapan analisis berfungsi untuk mengetahui masalah apa yang sedang terjadi saat ini. Tugas utama bagi seorang PR dalam menjalankan aktivitas digital PR harus dilandasi akan adanya pemahaman mengenai perkembangan teknologi. PR dituntut melakukan analisis untuk mengetahui karakteristik dari masing-masing *tools digital PR*, sehingga dapat menentukan media apa yang paling sesuai dengan kebutuhan dan tujuan organisasi saat ini.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Staff Bidang Aplikasi dan Informatika riset yang dilakukan sebelum memutuskan media apa yang tepat untuk menyampaikan informasi di era keterbukaan informasi seperti sekarang ini adalah dengan menganalisis kebiasaan/tren masyarakat saat ini. Melihat perkembangan teknologi yang sangat pesat di era sekarang menjadikan masyarakat menginginkan sesuatu yang serba mudah, termasuk dalam memilih media. Masyarakat terbiasa mengakses informasi melalui *smartphone* yang notabeneanya selalu ada dalam genggamannya. Dari hal ini, Dinas Kominfo DIY memahami bahwa berbagai informasi yang sebelumnya terdapat dalam website milik

OPD se-DIY akan lebih mudah diakses oleh masyarakat apabila diintegrasikan dalam satu *domain/platform*. Disisi lain, Yogyakarta sebagai salah satu destinasi wisata favorit di Indonesia selalu berhasil menarik perhatian wisatawan baik lokal maupun mancanegara di tiap tahunnya. Maka dari itu, Pemda DIY berusaha memfasilitasi wisatawan yang ingin maupun yang sudah singgah ke Yogyakarta dengan menyediakan berbagai informasi terkait wisata, budaya, kuliner, hingga layanan publik melalui satu aplikasi *mobile* yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun tanpa perlu membuka website.

Dari tahap analisis ini Pemda DIY melalui Dinas Kominfo DIY mengembangkan aplikasi berbasis *mobile* bernama “Jogja Istimewa” untuk memudahkan masyarakat maupun wisatawan untuk mengakses informasi seputar Jogja. Aplikasi ini dibekali dengan teknologi *Location Based Service (LBS)* dan *Augmented Reality (AR)* yang dapat menunjukkan persebaran lokasi dengan radius 40 km.

b) Perencanaan/ *Planning*

Setelah melalui tahap riset dan analisis, PR kemudian melangkah ke tahap selanjutnya yaitu perumusan rencana dan program. Dalam tahap ini PR harus menentukan tujuan, prosedur, dan strategi yang akan dilakukan. Tahap perencanaan ini berfungsi untuk menjawab pertanyaan terkait apa yang harus dilakukan dan mengapa hal tersebut harus

dilakukan. Adapun rencana yang dilakukan oleh Dinas Kominfo DIY dalam pengelolaan aplikasi “Jogja Istimewa” dijelaskan pada poin-poin dibawah ini ;

1) Alur Gagasan Pengembangan Aplikasi Jogja Istimewa

Pengembangan aplikasi Jogja Istimewa ini merupakan sebuah langkah inisiatif dari Dinas Kominfo DIY. Melihat kondisi saat yang mana hampir semua daerah di Indonesia berlomba-lomba untuk mengembangkan aplikasi untuk memudahkan masyarakat, namun terkadang hasilnya malah membuat masyarakat semakin bingung karena tidak mengerti fungsi dan tujuan dari dikembangkannya aplikasi-aplikasi tersebut. Oleh sebab itulah maka Dinas Kominfo DIY berinisiasi untuk mengembangkan sebuah aplikasi yang dapat mengintegrasikan seluruh informasi dan juga layanan publik yang ada di seluruh wilayah DIY, sehingga harapannya masyarakat tidak lagi bingung dengan banyaknya aplikasi yang dimiliki oleh Pemerintah.

“Jadi kita (Dinas Kominfo DIY) ingin bahwasannya gimana caranya biar aplikasi-aplikasi yang dikembangkan oleh OPD, maupun satuan kerja itu ringkas jadi masyarakat juga ga bingung”. (Hasil Wawancara dengan Benny Saptianto, S.Sos, Staff Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Kominfo DIY pada tanggal 2 Maret 2020).

Disamping itu pengembangan aplikasi Jogja Istimewa ini juga diperkuat dengan adanya Perda TIK No. 3 Tahun 2019

yang mengatur tentang Pengelolaan dan Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi yang disebutkan dalam poin-poin berikut ;

- 1) Meningkatkan pelayanan publik.
- 2) Mendukung terwujudnya ketentraman, ketertiban umum, dan perlindungan masyarakat.
- 3) Membentuk jaringan TIK dalam daerah antara Pemerintah Daerah dengan Pemerintah Kabupaten/Kota dan Pemerintah Desa/Kelurahan serta antar Pemerintah Kabupaten/Kota dan Pemerintah Desa/Kelurahan.
- 4) Mewujudkan pemerintahan berbasis data terintegrasi dan kolaboratif antar daerah.

Aturan yang termuat dalam Perda tersebut dijadikan sebagai pedoman dalam melakukan perencanaan, pelaksanaan dan pengembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi di Provinsi DIY kedepannya.

2) Menetapkan Tujuan

Penentuan tujuan/*main goals* dalam proses manajemen diperlukan sebagai sebuah acuan untuk menentukan program dan strategi yang akan ditempuh nantinya. Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada Kepala Bidang Aplikasi dan Informatika Dinas Kominfo DIY diketahui bahwa tujuan

dari dirilisnya aplikasi “Jogja Istimewa” adalah untuk memberikan informasi seluas-luasnya bagi publik serta meningkatkan pelayanan kepada publik di era keterbukaan informasi saat ini.

“Sebenarnya tujuan kami (Dinas Kominfo DIY) merilis aplikasi “Jogja Istimewa” itu sederhana. Kami hanya ingin menyampaikan informasi seluas-luasnya kepada masyarakat, khususnya wisatawan yang singgah ke Yogyakarta, selain itu juga kami ingin memberikan pelayanan publik yang optimal jadi harapannya tagline “Jogja Dalam Genggaman” benar-benar dapat diimplementasikan”. (Hasil Wawancara dengan Drs. Bayu Februarino Putra, Kepala Bidang Aplikasi dan Informatika Dinas Kominfo DIY pada tanggal 7 Februari 2020).

Selain itu, pengembangan aplikasi ini sebagai wujud dari implementasi program Jogja Smart Province (JSP). Sesuai dengan tujuan dari JSP yaitu menciptakan Jogja yang *smarter* melalui inovasi berbasis teknologi informasi dan komunikasi, Pemda DIY berinisiatif untuk mengembangkan aplikasi Jogja Istimewa sebagai sebuah *platform* yang menyediakan akses informasi dan pelayanan publik. Namun, Pemda DIY sendiri tidak serta merta mengembangkan aplikasi begitu saja. Dewasa ini kehadiran teknologi informasi yang cerdas justru malah membuat manusia menjadi tak cerdas. Seperti yang terlihat sekarang, banyak tindak kejahatan yang dilakukan melalui media digital seperti *cyber crime*, *cyber terrorism*, *hoax* dan masih banyak lainnya.

Untuk itu, Pemda DIY menginginkan pengembangan teknologi dan informasi juga diimbangi dengan nilai-nilai keistimewaan Jogja yang meliputi Sangkan Paraning Dumadi, Hamemayu Hayuning Bawana dan Manunggaling Kawula Gusti.

3) Bekerjasama Dengan Pihak Ketiga

Dalam pengembangan serta pengelolaan aplikasi “Jogja Istimewa” ini Dinas Kominfo DIY terhalang oleh minimnya SDM. Maka dari itu upaya yang ditempuh ialah dengan menunjuk penyedia jasa pengembang aplikasi untuk bekerjasama dalam rangka mengembangkan serta mengelola aplikasi “Jogja Istimewa”. Hal ini dilakukan demi memberikan kemudahan serta kenyamanan pengguna untuk memperoleh informasi yang kredibel terkait Yogyakarta.

Dinas Kominfo DIY menunjuk sebuah perusahaan pengembang aplikasi yang berdomisili di Yogyakarta, yaitu Gamatechno. Gamatechno merupakan perusahaan jasa penyedia solusi teknologi yang telah berkiprah di dunia IT sejak 2005. Perusahaan ini menawarkan jasa solusi teknologi yang tepat dan sesuai segmen bagi institusi pemerintah, bisnis, transportasi dan lain sebagainya.

“Alasan kami bekerjasama dengan pihak ketiga karena kami sadar untuk mengembangkan dan mengelola aplikasi ini kan diperlukan sumber daya manusia (SDM) yang mumpuni. Jadi ketika ada wacana untuk merilis aplikasi ini kami

membuka penawaran kepada beberapa perusahaan jasa pengembang aplikasi untuk selanjutnya mereka kami minta untuk membuat rancangan aplikasi dan lain sebagainya. Nah dari beberapa perusahaan yang menawarkan jasanya tersebut, kami (Dinas Kominfo DIY) sepakat untuk memilih Gamatechno. Alasannya karena materi yang disampaikan terlihat paling menarik jika dibandingkan dengan yang lain, selain itu juga kami telah melakukan beberapa kali kerjasama dengan Gamatechno. Jadi ya istilahnya kami sudah tau bagaimana *track record* mereka” (Hasil Wawancara dengan Drs. Bayu Februarino, Kepala Bidang Aplikasi dan Informatika Dinas Kominfo DIY pada tanggal 7 Februari 2020).

4) Menyusun Team Pengelola

Dalam mengembangkan dan mengelola aplikasi “Jogja Istimewa” tentunya dibutuhkan SDM-SDM memiliki kemampuan dalam bidang IT. Untuk itu, Dinas Kominfo DIY melalui Gamatechno memilih team proyek yang memiliki tugas mulai dari awal pengembangan hingga tahap pendampingan setelah aplikasi tersebut resmi dirilis. Adapun susunan dari team proyek aplikasi “Jogja Istimewa” adalah sebagai berikut ;

Tabel 3. 1

Susunan Team Proyek Pengembangan dan Pengelolaan Aplikasi “Jogja Istimewa”

Nama Staff	Posisi Tenaga Ahli	Tugas
Fahmi Dzikrullah, S.Kom.,M.Eng	<i>Team Leader</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>System Analyst</i> 2. Membuat rencana jadwal kegiatan selama 1 tahun.

		<p>3. Memantau progress pekerjaan yang dilakukan oleh team.</p> <p>4. Bertanggung jawab dalam melaksanakan supervisi kepada seluruh anggota tim.</p> <p>5. Merealisasikan target dan rencana pekerjaan yang telah ditetapkan.</p> <p>6. Melakukan koordinasi dan mengarahkan anggota team.</p> <p>7. Melakukukan pengecekan hasil pekerjaan.</p>
<p>Untung Sujarwo, S. Kom</p>	<p><i>Mobile Application Programmer</i></p>	<p>1. Mempersiapkan dan merancang program, fitur dan hal-hal teknis lainnya yang dirancang oleh system analyst.</p> <p>2. Membuat aplikasi berbasis mobile-apps.</p>

		<ol style="list-style-type: none"> 3. Mengkompilasi data-data di lapangan kedalam database. 4. Melakukan pengecekan terhadap <i>bug</i> sistem.
<p>Sarlotha Widyatri Anita Ratu, S.Kom</p>	<p><i>Application</i> <i>Support</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan untuk membangun aplikasi. 2. Melakukan pengecekan terhadap <i>bug</i> sistem. 3. Melakukan pelatihan kepada pengguna aplikasi.

Sumber : Laporan Pendahuluan Pemeliharaan dan Pengembangan Aplikasi Jogja Istimewa Dinas Kominfo DIY Tahun 2019

5) Menyusun Rencana Kerja.

Pada tahapan ini Dinas Kominfo DIY melalui Gamatechno membuat rancangan program kerja yang akan dijalankan selama kurun waktu satu tahun. Rancangan program kerja tersebut dibagi menjadi empat fase, diantaranya ;

1) Fase Inisiasi Proyek

Pada fase ini dilakukan pengenalan dan perencanaan pekerjaan kepada seluruh stakeholder terkait. Pada fase ini team proyek juga memberikan penjelasan detail teknis mengenai kegiatan apa saja yang dilakukan, kemudian menyepakati detail fitur aplikasi serta ruang lingkup kustomisasi dan rencana penyusunan aplikasi.

2) Fase Pengembangan Aplikasi

Merupakan fase untuk melakukan analisa perubahan terhadap aplikasi. Aplikasi kemudian dikustomisasi, dikembangkan dan diintegrasikan sesuai dengan output dokumen analisa sistem. Pada fase ini juga dilakukan Quality Assurance untuk menjamin bahwa aplikasi sudah layak untuk digunakan. Selain itu juga dilakukan *Application User Acceptance Test (UAT)* untuk menunjukkan bahwa aplikasi yang dikembangkan sudah sesuai dengan kebutuhan.

3) Fase Implementasi

Pada fase ini aplikasi diinstal dan dikonfigurasi pada perangkat jaringan dan server akhir aplikasi dan database. Team proyek juga akan melakukan entry (memasukkan) beberapa contoh dokumen digital. Setelah itu akan dilakukan pelatihan penggunaan yang

bersifat *Training of Trainer* (ToT), hal ini bertujuan untuk mendeteksi *bug* yang ditemukan pada aplikasi yang kemudian akan dilakukan perbaikan dan optimalisasi. Fase ini juga memungkinkan untuk menerima dan melakukan kustomisasi apabila pengguna merasa ada yang perlu dikembangkan dalam aplikasi. Setelah aplikasi sudah dikerjakan secara final, kemudian Gamatechno dan Pemda DIY melalui Dinas Kominfo DIY akan melakukan penandatanganan dokumen Berita Acara Serah Terima Pekerjaan.

4) Fase Dukungan dan Pemeliharaan.

Terakhir, fase dukungan dan pemeliharaan. Pada fase ini team proyek akan memberikan garansi pendampingan aplikasi selama 6 bulan setelah serah terima pekerjaan antara lain seperti ; update gratis aplikasi selama masa garansi, menanggung biaya *visiting onsite* apabila terjadi kegagalan fungsionalitas sistem karena keteledoran pihak team proyek. (Laporan Pendahuluan dan Akhir Pengembangan dan Pemeliharaan Aplikasi Jogja Istimewa Dinas Kominfo DIY Tahun 2019).

6) Anggaran Biaya

Sumber dana dari seluruh pekerjaan dalam pengembangan dan pengelolaan aplikasi “Jogja Istimewa” sepenuhnya dibebankan pada Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Pemda DIY sebesar Rp. 95.000.000. Adapun waktu pembayaran jasa pengembangan dan pengelolaan aplikasi akan dibayarkan dalam dua termin yakni pada bulan Juli sebesar Rp. 47.500.000 dan pada bulan Desember sebesar Rp. 47.500.000. (Hasil Wawancara dengan Drs. Bayu Februarino, Kepala Bidang Aplikasi dan Informatika Dinas Kominfo DIY pada tanggal 7 Februari 2020).

7) Sasaran Khalayak

Sasaran khalayak dari aplikasi Jogja Istimewa adalah masyarakat Jogja pada umumnya dan wisatawan pada khususnya yang memiliki rentang usia 15-50 tahun. Hal ini disebabkan tren penggunaan *smartphone* yang didominasi oleh generasi milenial.

c) Pelaksanaan

Dalam pengelolaan suatu media untuk menjangkau publiknya, tentunya terdapat proses koordinasi dan cara kerja yang dilakukan oleh instansi agar pemanfaatan media yang digunakan dapat berjalan secara optimal. Adapun beberapa proses koordinasi yang dilakukan oleh Dinas Kominfo DIY dalam mengelola aplikasi “Jogja Istimewa” yakni dengan

memperbaharui konten, menu dan fitur yang ada dalam aplikasi Jogja Istimewa.

1) Isi (*Content*)

Isi (content) merupakan bagian yang terpenting dalam sebuah aplikasi. Aplikasi Jogja Istimewa berisi berbagai informasi yang dapat diakses melalui fitur yang tersedia didalamnya. Fitur-fitur ini akan memudahkan para pengguna untuk menemukan informasi yang dibutuhkan. Aplikasi Jogja Istimewa dimanfaatkan sebagai portal yang menyediakan informasi bagi masyarakat maupun wisatawan yang singgah di Jogja. Sehingga unsur content (isi) dari informasi yang disampaikan harus mudah diakses, singkat, jelas dan *up-to-date*.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan pada aplikasi Jogja Istimewa, maka aplikasi ini menyediakan data-data terkait Jogja, diantaranya seperti ;

a. *Jogja Event*

Pada bagian ini berisikan informasi terkait agenda event yang akan dihelat di Yogyakarta. Jenis-jenis event yang terdapat dalam aplikasi Jogja Istimewa dikelompokkan menjadi empat kategori diantaranya ;

1. Pariwisata
2. Budaya

3. Tradisional
4. Pendidikan
5. Festival
6. Lomba
7. Kategori Baru

Event merupakan menu yang paling sering diperbaharui dalam aplikasi Jogja Istimewa, dikarenakan setiap bulannya akan selalu digelar event di Yogyakarta. Selama tahun 2019 jumlah informasi mengenai event yang diunggah di aplikasi Jogja Istimewa sebanyak 426 konten. Adapun pengumpulan berita/informasi yang akan dijadikan konten didapatkan melalui kontributor konten dan juga melalui instagram yang terdiri dari beberapa akun diantaranya ;

1. @infoseni
2. @jogjaupdatecom
3. @jogjaevents
4. @jogjainfo
5. @eventjogjakarta
6. @jogjapunyacara
7. @visitingjogjacom
8. @infojogjaistimewa
9. @jogjaku

10. @jogja.

b. Jogja Wisata

Yogyakarta sebagai salah satu destinasi wisata favorit di Indonesia, menawarkan beberapa spot yang patut dikunjungi oleh wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Hal ini yang membuatnya perlu untuk dipublikasikan dalam aplikasi Jogja Istimewa. Adapun objek wisata yang ditampilkan pada website dibagi menjadi 8 (delapan) kategori diantaranya ;

1. Wisata Alam
2. Wisata Religius
3. Wisata Budaya
4. Wisata Sejarah
5. Wisata dan Hiburan Umum
6. Desa Wisata
7. Hotel dan Penginapan
8. Kerajinan

Berdasarkan hasil pengamatan langsung pada aplikasi Jogja Istimewa, terdapat 414 konten yang diunggah selama kurun waktu satu tahun. Konten wisata yang dipublikasikan terdiri dari beberapa komponen seperti; judul konten, deskripsi tempat, dan

foto. Komponen seperti ini diharapkan dapat menarik pengguna untuk mengunjungi destinasi wisata tersebut.

c. Jogja Kuliner

Pada bagian kuliner ini memuat berbagai informasi seputar kuliner yang ada di wilayah Yogyakarta. Kuliner yang ditampilkan dalam aplikasi Jogja Istimewa dibagi menjadi lima kategori diantaranya;

1. Legendaris
2. Nusantara
3. Jajanan
4. Barat
5. Tradisional

Pada tahun 2019, informasi mengenai kuliner berjumlah 189 konten yang memuat beberapa komponen diantaranya judul konten, deskripsi kuliner dan foto. Hal ini bertujuan untuk membuat informasi mengenai kuliner terlihat lebih menarik dibaca oleh pengguna aplikasi.

d. Transportasi

Pada menu aplikasi ini berisikan informasi mengenai transportasi umum yang tersedia di wilayah Yogyakarta yang dapat digunakan oleh masyarakat

maupun wisatawan. Konten transportasi dibagi menjadi tiga kategori diantaranya ;

1. Trans Jogja
2. Bus Kota
3. Kereta Api

Dalam konten transportasi ini menginformasikan mengenai deskripsi tiap angkutan transportasi, gambar, dan rute yang dilalui. Selama kurun waktu 2019, informasi terkait akomodasi yang telah diunggah dalam aplikasi Jogja Istimewa sebanyak 51 konten.

e. Broadcast

Fitur ini berguna untuk menyampaikan pesan secara massif kepada para pengguna aplikasi terkait hari besar nasional dan agenda-agenda penting yang ada di wilayah DIY. *Broadcast* merupakan salah satu fitur terbaru dari Aplikasi Jogja Istimewa yang baru mulai dimanfaatkan pada Bulan Juli 2019. Dalam enam masa operasionalnya, informasi broadcast yang berhasil disampaikan kepada pengguna sebanyak 30 konten.

2) Ruang Lingkup Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Periode
2018-2019.

Tabel 3. 2

Ruang Lingkup Pekerjaan Pengembangan dan Pemeliharaan Aplikasi
Jogja Istimewa Tahun 2019.

No.	Bulan	Pembaharuan Fitur	Konten Yang Diunggah	Jumlah Konten
1.	Januari	Jogja Budaya	1. Yogyakarta Masa Lampau	89 konten
			2. <i>Geo Heritage</i>	17 konten
			3. Yogyakarta Masa Kini	1859 konten
2.	Februari	Jogja Event	1. Pariwisata	1 konten
			2. Budaya	205 konten
			3. Tradisional	76 konten
			4. Pendidikan	40 konten
			5. Festival	221 konten
			6. Lomba	57 konten
			7. Kategori Baru	2 konten
3.	Maret	Jogja Kuliner	1. Masakan Barat	20 konten
			2. Legendaris	23 konten
			3. Khas Nusantara	91 konten

			4. Tradisional	32 konten
			5. Jajanan	23 konten
4.	April	Jogja Belajar	1. Universitas	21 konten
			2. SMA	26 konten
			3. SMP	26 konten
			4. SD	24 konten
5.	Mei	Jogja Sehat	1. Klinik	35 konten
		Rumah Ibadah	2. Pura	6 konten
			3. Vihara	6 konten
			4. Gereja Katholik	7 konten
			5. Gereja Kristen	7 konten
			6. Masjid	8 konten
		Jogja Bisnis	1. UKM	4 konten
			2. Toko Oleh-Oleh	4 konten
			3. Pasar Modern	7 konten
			4. Tradisional	9 konten
		Lokasi ATM	1. BPD DIY	7 konten
			2. Danamon	7 konten
			3. BRI	7 konten
			4. BNI	7 konten
			5. BCA	7 konten
			6. Mandiri	7 konten

		Samsat Corner	1. Samsat Desa	9 konten
			2. Payment Point	9 konten
			3. Loket Khusus	1 konten
			4. Samsat Drive Thru	2 konten
			5. Samsat Pembantu	2 konten
			6. Samsat Induk	5 konten
6.	Juni	Jogja Transportasi	1. Trans Jogja	17 konten
			2. Bus	16 konten
			3. Kereta	18 konten
7.	Juli	Jogja Wisata	1. Wisata Alam	48 konten
			2. Wisata Religius	11 konten
			3. Wisata Budaya	12 konten
			4. Wisata Budaya (Candi)	10 konten
			5. Wisata Sejarah	15 konten
			6. Wisata dan Hiburan Umum	7 konten
			7. Desa Wisata	45 konten
		Hotel	1. Hotel Bintang 5	9 konten
			2. Hotel Bintang 4	22 konten
			3. Hotel Bintang 3	22 konten
			4. Guest House	64 konten

		Kerajinan	1. Kerajinan Kain	3 konten
			2. Kerajinan Tangan	7 konten
8.	Agustus	Jogja Event dan Jogja Wisata		110 konten
9.	September	Broadcast hari besar dan agenda penting yang ada di DIY		8 konten
10.	Oktober	Jogja Event	1. Konten event dari kontributor	20 konten
			2. Konten event dari Instagram	80 konten
11	November	Jogja Event	1. Event dari kontributor	2 konten
			2. Konten dari Instagram	72 konten
		Penambahan fitur menu e-ticketing		
		Integrasi aplikasi E- Lapor Pemda DIY		
		Integrasi dengan Panic Button		
12.	Desember	Jogja Event	1. Event dari	2 konten

			kontributor	
			2. Event dari Instagram	68 konten

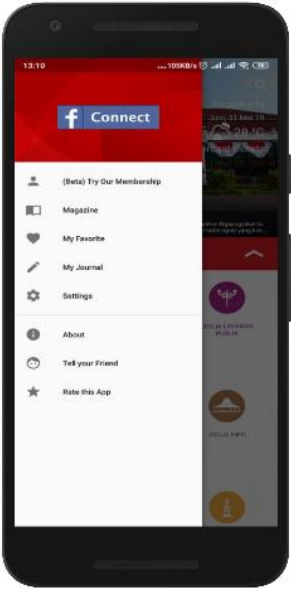
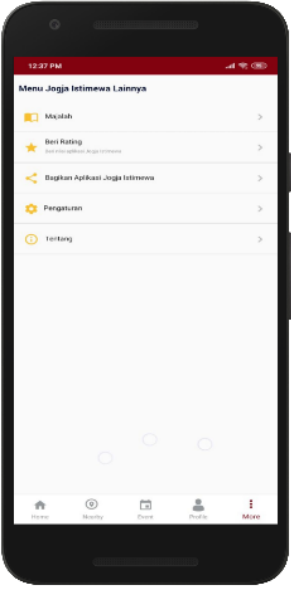
Sumber : Laporan Bulanan Pengembangan dan Pemeliharaan Aplikasi Jogja Istimewa Tahun 2019

3) Pembaharuan Tampilan Pada Aplikasi Jogja Istimewa.

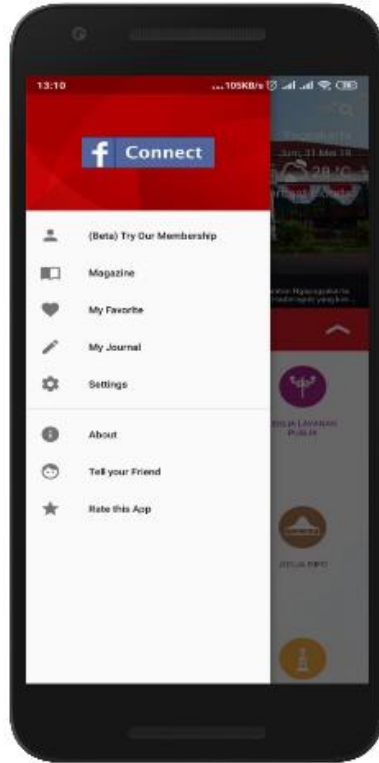
Proses pengembangan aplikasi “Jogja Istimewa” juga disertai dengan pembaharuan tampilan agar terlihat lebih menarik. Berikut adalah perbedaan tampilan *design* baru dan *design* lama pada aplikasi “Jogja Istimewa”.

Tabel 3. 3

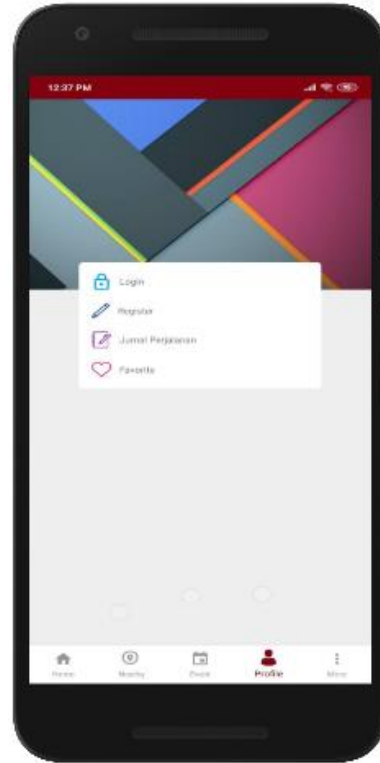
Pembaharuan Tampilan Aplikasi Jogja Istimewa

No.	Design Lama	Design Baru
1	 <p>Tampilan <i>More</i> Lama</p>	 <p>Tampilan <i>More</i> Baru</p>

2

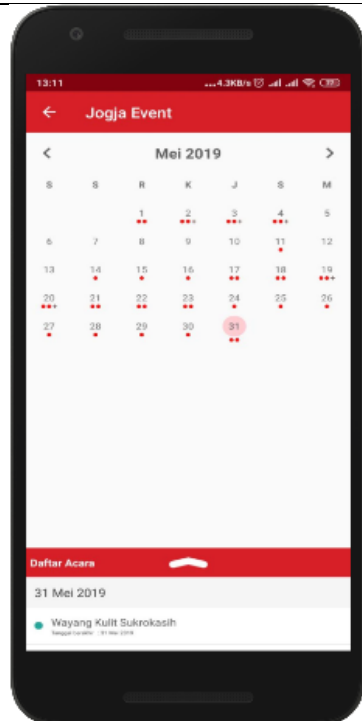


Tampilan *Login* Lama

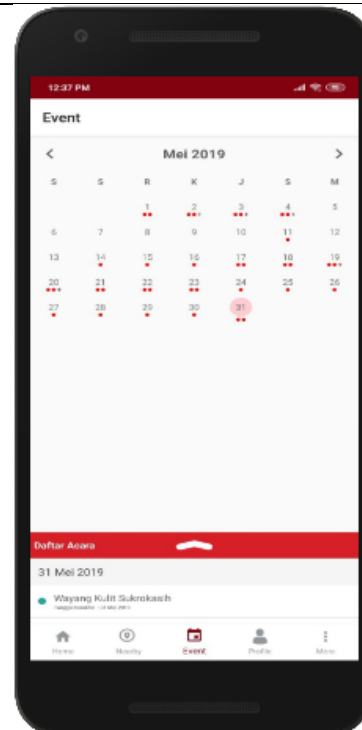


Tampilan *Login* Baru

3



Tampilan Menu *Event* Lama



Tampilan Menu *Event* Baru

4



Tampilan *Nearby* Lama

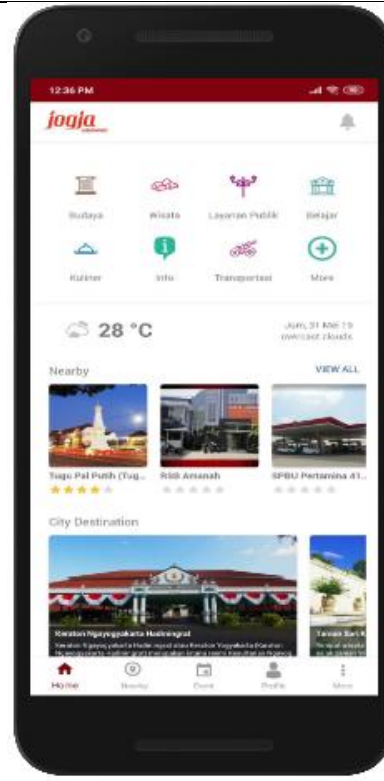


Tampilan *Nearby* Baru

5



Tampilan *Home* Lama



Tampilan *Home* Baru

6



Tampilan Deskripsi Lama



Tampilan Deskripsi Baru

7

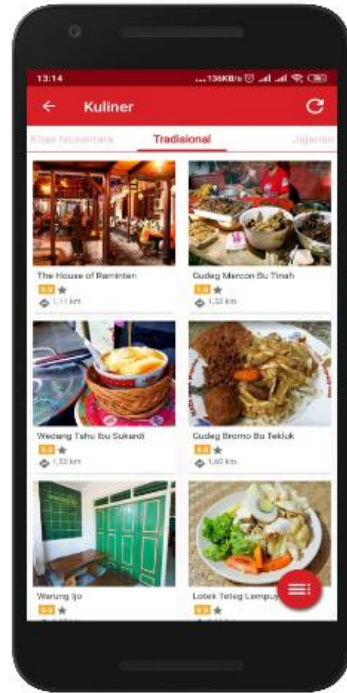


Tampilan Detail Konten Lama



Tampilan Detail Konten Baru

8



Tampilan *List* Konten Lama

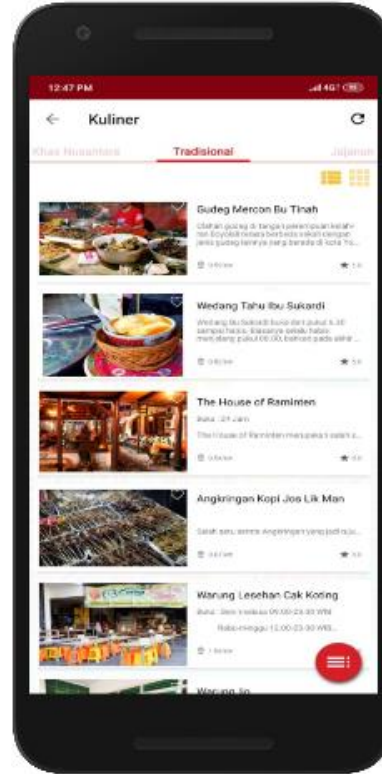


Tampilan *List* Konten Baru

9

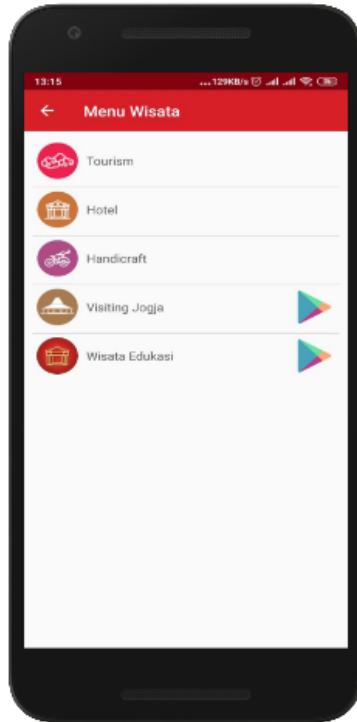


Tampilan *List* Konten Lama

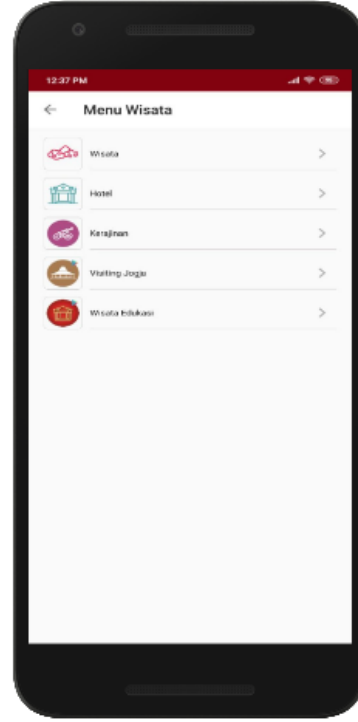


Tampilan *List* Konten Baru

10



Tampilan Menu Wisata Lama

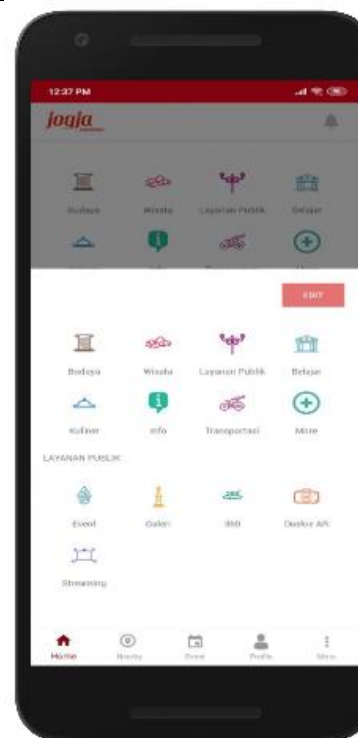


Tampilan Menu Wisata Baru

11



Tampilan *Edit Home* Lama



Tampilan *Edit Home* Baru

Sumber : Laporan Akhir Pengembangan dan Pemeliharaan Aplikasi Jogja Istimewa Tahun 2019.

4) Fitur Pendukung Program Jogja Smart Province

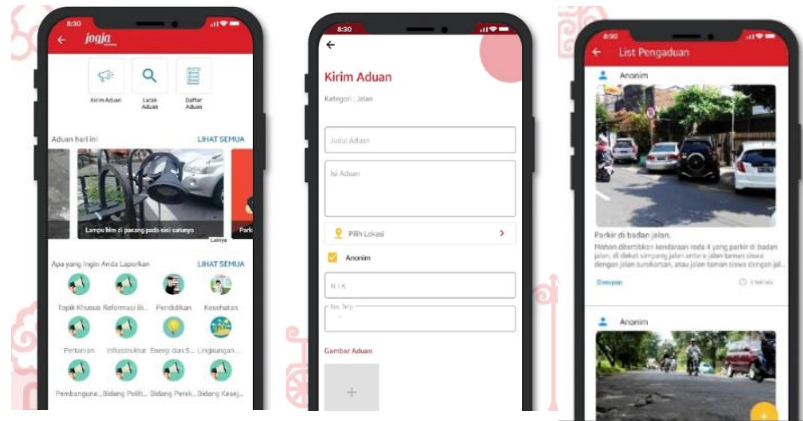
Sesuai dengan maksud dan tujuan dari program *Jogja Smart Province (JSP)* yakni menciptakan *smart area* disepanjang sumbu filosofi, maka salah satu upaya yang ditempuh Dinas Kominfo DIY adalah dengan memberikan fitur-fitur pelayanan publik yang optimal di dalam aplikasi Jogja Istimewa. Beberapa fitur yang mendukung program Jogja Smart Province antara lain, *e-lapor*, *e-ticket*, *jogja panic button*, dan lacak pajak kendaraan bermotor. Berikut penjelasan beberapa fitur tersebut ;

a) *E-Lapor*

Menu *e-lapor* merupakan sebuah wadah bagi masyarakat DIY untuk menyampaikan aduan maupun keluhan yang mereka temui di sekitar Yogyakarta. *E-Lapor* merupakan sebuah aplikasi yang juga dikembangkan oleh Pemda DIY, namun terhitung sejak bulan Desember 2019 aplikasi *e-lapor* terintegrasi menjadi satu dalam aplikasi Jogja Istimewa.

Gambar 3. 1

Fitur E-Lapor dalam Aplikasi Jogja Istimewa



Sumber:<https://play.google.com/store/apps/details?id=id.go.jogjaprovo.jogjaistimewa&hl=in> diakses pada tanggal 27 Maret 2020 pukul 20:17 WIB

Hingga akhir tahun 2019, tercatat terdapat 660 keluhan/aduan yang disampaikan masyarakat melalui aplikasi *e-lapor*. Aduan tersebut meliputi permasalahan infrastruktur, ketertiban, pelayanan publik dan lain-lain. Aduan ini nantinya akan diterima oleh admin *e-lapor* dimasing-masing OPD, terkait keluhan yang disampaikan masyarakat. Apabila dalam waktu 1x24 jam aduan/keluan yang disampaikan belum mendapatkan respon dari OPD terkait, maka admin utama *e-lapor* yaitu Dinas Kominfo DIY akan menyampaikan aduan tersebut kepada OPD terkait untuk segera ditindaklanjuti.

b) *E-ticket*

Dalam upaya meningkatkan pelayanan publik dan mengoptimalkan pemanfaatan TIK di tiap sudut Yogyakarta, maka Pemda DIY melalui Dinas Kominfo DIY juga mengembangkan fitur *e-ticket* di dalam aplikasi Jogja Istimewa. Fitur ini bertujuan untuk memudahkan masyarakat maupun wisatawan untuk membeli tiket masuk wisata tanpa harus menggunakan uang *cash* maupun mengantri di tempat wisata, hal ini disesuaikan dengan kebiasaan masyarakat saat ini yang cenderung menerapkan *cashless* karena dianggap lebih aman dan mudah. Namun untuk saat ini, menerapkan *e-ticket* hanya tersedia di Museum Sonobudoyo.

Gambar 3. 2

Fitur E-Ticket dalam Aplikasi Jogja Istimewa



Sumber : Flyer Aplikasi Jogja Istimewa

c) *Jogja Panic Button*

Sama halnya dengan fitur-fitur yang telah disebutkan sebelumnya, peluncuran fitur *panic button* ini juga bertujuan untuk mengoptimalkan pelayanan kepada publik serta sebagai penunjang program *Jogja Smart Province*. *Jogja Panic Button* adalah sebuah fitur yang memfasilitasi pengguna aplikasi Jogja Istimewa ketika dalam keadaan gawat darurat seperti kebakaran, klitih dan lain-lain.

Gambar 3. 3

Fitur Jogja Panic Button dalam Aplikasi Jogja Istimewa



Sumber : Dokumentasi Peneliti

Namun hingga penelitian ini ditulis, fitur ini masih dalam tahap finalisasi dan penyempurnaan sehingga belum dapat digunakan oleh pengguna.

d) Lacak Pajak Kendaraan Bermotor

Fitur ini bertujuan memudahkan masyarakat Jogja yang memiliki kendaraan ber-plat nomor AB untuk melakukan pengecekan biaya pajak. Sehingga harapannya dengan dikembangkannya fitur ini dapat mengingatkan masyarakat untuk taat terkait jatuh tempo kendaraan bermotor sekaligus agar masyarakat dalam membayar pajak kendaraan tepat waktu.

Gambar 3. 4

Fitur Lacak Pajak Kendaraan Bermotor dalam Aplikasi Jogja Istimewa



Sumber : Flyer Aplikasi Jogja Istimewa

d) Evaluasi

Evaluasi dalam pengelolaan aplikasi “Jogja Istimewa” ini akan melihat seberapa efektif pemanfaatan aplikasi “Jogja Istimewa” dalam menyampaikan informasi, meningkatkan pelayanan publik serta mendukung terwujudnya citra DIY sebagai *smart province* tahun 2019. Tahap evaluasi dilakukan dengan membuat laporan setiap bulannya untuk menyampaikan ruang lingkup pekerjaan yang dilakukan sekaligus sebagai sebuah indikator untuk mengukur apakah kegiatan yang dilakukan telah berhasil mencapai goals yang ingin dicapai.

“Nah kalo untuk proses evaluasi kita ada ini mbak, setiap bulannya itu pihak ketiga (Gamatechno) akan menyampaikan laporan bulanan yang isinya macem-macem. Mulai dari data jumlah pengguna dan pengunduh aplikasi, terus fitur apa aja yang diperbaharui kaya misalnya di fitur *Jogja Event* nih itu akan diupdate *event-event* apa aja yang akan digelar selama satu bulan ke depan, begitu juga dengan fitur yang lainnya kaya wisata, kuliner, ketika ada yang destinasi atau tempat kuliner baru itu nanti juga akan ditambahkan ke fitur tersebut. Selain itu juga ada pembaharuan tampilan, tujuannya ya biar keliatan lebih menarik, lebih ringkes, lebih enak aja dilihat. Gitu sih. Di laporan bulanan ini juga biasanya akan disampaikan *project* yang akan dilakukan di bulan selanjutnya.” (Hasil Wawancara dengan Staff Bidang Aplikasi dan Informatika, Dinas Kominfo DIY pada tanggal 26 Februari 2020).

Adapun untuk lebih jelasnya mengenai tahap evaluasi dalam pengelolaan aplikasi Jogja Istimewa akan dijelaskan dalam poin-poin berikut;

1) Membuat Laporan Bulanan (*Monthly Report*)

Laporan bulanan terkait pengembangan dan pengelolaan aplikasi “Jogja Istimewa” dibuat oleh Gamatechno Indonesia selaku pihak ketiga yang ditunjuk oleh Dinas Kominfo DIY. Laporan ini kemudian diserahkan disetiap akhir bulan kepada Dinas Kominfo DIY sebagai bahan laporan atas hasil kerja yang telah dilakukan oleh pihak ketiga dalam kurun waktu satu bulan.

Dalam laporan bulanan ini disampaikan beberapa poin yang terdiri dari ; ruang lingkup pekerjaan yang dilakukan, hasil kegiatan yang meliputi jumlah pengguna aktif android, jumlah pengunduh android, jumlah pengguna iOS, dan jumlah pengunduh iOS selama satu bulan, review pengguna aplikasi di *playstore* dan *appstore*, pembaharuan aplikasi yang dilakukan setiap bulannya, serta laporan hambatan pengelolaan yang ditemui dalam kurun waktu satu bulan.

1) Jumlah Pengguna dan Pengunduh Melalui *Andorid* Pada Aplikasi Jogja Istimewa Periode Bulan Januari-Desember Tahun 2019.

Tabel 3. 4

Rekapitulasi Data Pengguna Aplikasi Jogja Istimewa Melalui Andoid

No.	Bulan	Jumlah Pengguna Aplikasi Jogja Istimewa	Jumlah Pengunduh Aplikasi Jogja Istimewa
1.	Januari	15.331	2.871

2.	Februari	14.898	1.915
3.	Maret	14.559	1.736
4.	April	14.011	1.423
5.	Mei	12.997	1.368
6.	Juni	13.035	2.098
7.	Juli	12.657	1.737
8.	Agustus	12.261	1.299
9.	September	12.388	1.871
10.	Oktober	13.288	3.251
11.	November	13.288	3.251
12.	Desember	13.466	2.030

Sumber : Laporan Bulanan Pengembangan dan Pemeliharaan Aplikasi Jogja Istimewa Tahun 2019.

Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa animo masyarakat di awal tahun terhadap aplikasi “Jogja Istimewa” tergolong cukup tinggi. Namun dipertengahan tahun, terjadi penurunan pengguna yang cukup signifikan akibat adanya perbaikan sistem yang menyebabkan beberapa fitur tidak dapat diakses oleh masyarakat. Jumlah pengguna aktif pada aplikasi “Jogja Istimewa” ini merupakan rekapitulasi dari jumlah pengunduh dan jumlah pengguna yang meng-*uninstall* aplikasi ini.

(Wawancara dengan Staff Bidang Aplikasi dan Informatika pada tanggal 6 Februari 2020).

- 2) Jumlah Pengguna dan Pengunduh Aplikasi Jogja Istimewa Melalui iOS Pada Aplikasi Jogja Istimewa Periode Bulan Januari-Desember Tahun 2019.

Tabel 3. 5

Rekapitulasi Data Pengguna Aplikasi Jogja Istimewa Melalui iOS

No.	Bulan	Jumlah Pengguna Aplikasi Jogja Istimewa	Jumlah Pengunduh Aplikasi Jogja Istimewa
1.	Januari	1.600	198
2.	Februari	1.720	114
3.	Maret	1.840	121
4.	April	1.940	105
5.	Mei	2.040	97
6.	Juni	2.220	155
7.	Juli	2.340	114
8.	Agustus	2.450	103
9.	September	2.060	155
10.	Oktober	2.760	171
11.	November	2.760	171
12	Desember	2.425	31

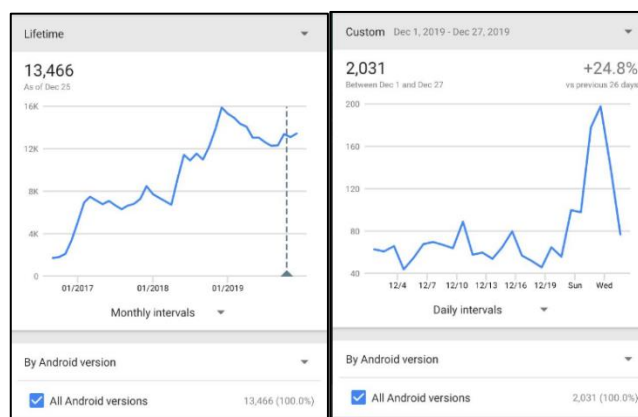
Sumber : Laporan Bulanan Pengembangan dan Pemeliharaan Aplikasi Jogja Istimewa Tahun 2019.

Berdasarkan data tersebut, dapat diketahui bahwa pengguna dan pengunduh aplikasi “Jogja Istimewa” melalui iOS cenderung lebih sedikit apabila dibandingkan dengan pengguna android. Hal ini sesuai dengan data yang disampaikan oleh *Mobile Operating System Market Indonesia* pada Februari 2020 yang menyebutkan bahwa pengguna android di Indonesia memiliki persentase sebanyak 92,64% sedangkan pengguna iOS hanya sebanyak 7,06% (<https://gs.statcounter.com/os-market-share/mobile/indonesia> diakses pada tanggal 7 Maret 2020 pukul 20:57 WIB).

Selain itu terdapat sedikit perbedaan *system* antara android dengan iOS, yang menyebabkan beberapa fitur dan menu dapat diakses melalui android, namun tidak dapat diakses melalui iOS.

Grafik 3. 1

Jumlah Pengguna Aktif dan Pengunduh *Jl Apps* via *Android* hingga Desember 2019

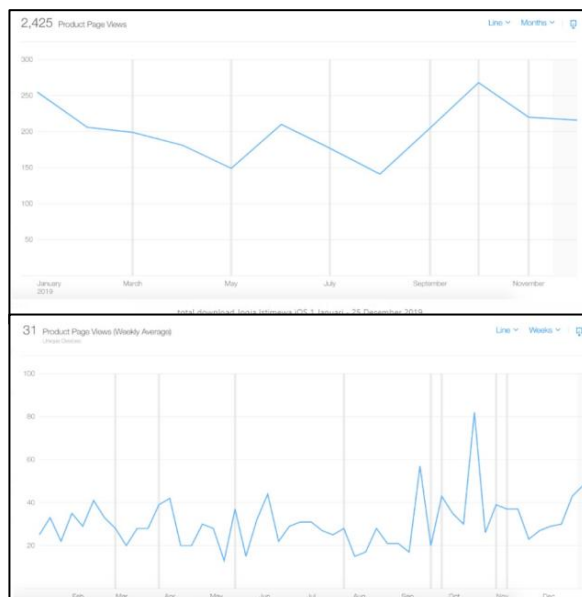


Sumber : Laporan Akhir Pengembangan dan Pemeliharaan *JI Apps*

Berdasarkan grafik diatas dapat diketahui bahwa pengguna aktif aplikasi “Jogja Istimewa” via Andorid meningkat cukup signifikan dari tahun ke tahun. Hingga pada bulan Desember 2019 pengguna aktif aplikasi ini telah mencapai angka 13.466 pengguna, sedangkan unduhan untuk aplikasi Jogja Istimewa hingga pada bulan Desember 2019 mencapai 2.031 unduhan. Hal ini cukup berbeda apabila dibandingkan dengan pengguna iOS yang menunjukkan grafik sebagai berikut ;

Grafik 3. 2

Jumlah Pengguna Aktif dan Pengunduh *JI Apps* via iOS hingga Desember 2019



Sumber : Laporan Akhir Pengembangan dan Pemeliharaan *JI Apps*

Dari grafik diatas dapat diketahui bahwa pengunduh dan pengguna aktif aplikasi Jogja Istimewa via iOS cenderung mengalami perubahan yang dinamis. Pada awal hingga pertengahan tahun 2019 pengguna dan pengunduh aplikasi menunjukkan angka perubahan yang tidak telalu signifikan, namun di bulan Oktober jumlahnya mengalami peningkatan yang cukup tajam yakni mencapai angka 2.425 untuk pengguna aktif, dan 31 untuk pengunduh.

3) Respon Pengguna Aplikasi Jogja Istimewa

Adapun rata-rata waktu yang digunakan pengguna dalam mengakses aplikasi “Jogja Istimewa” yakni selama 2 menit 45 detik. Hingga pada bulan Mei 2017 aplikasi “Jogja Istimewa” telah meraih respon positif dengan menunjukkan presentase sebesar 77,6% dari keseluruhan pengguna aplikasi. Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat sebuah penerimaan positif dari pengguna terhadap hadirnya aplikasi ini.

Gambar 3. 5

Respon Pengguna Aplikasi Jogja Istimewa.



Sumber : <https://jurnal.ugm.ac.id/mgi/article/view/31662> diakses pada tanggal 10 Desember 2019 pukul 00:09 WIB

B. PEMBAHASAN

1. Pengelolaan Aplikasi Jogja Istimewa Sebagai Salah Satu *Tools Digital* PR Pemda DIY

Pengelolaan media sosial dilingkup instansi pemerintah secara langsung telah diatur dalam Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2012 mengenai Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah. Dalam peraturan tersebut dijelaskan terdapat beberapa langkah pengelolaan media sosial, yang terdiri dari;

a) Perencanaan

Hal terpenting yang perlu dilakukan dalam tahap perencanaan adalah menjawab pertanyaan *Why* (Mengapa) dan *Who* (Siapa). Paramitha (Ermaya: 2012) mengungkapkan pertanyaan tersebut terkait mengapa instansi membutuhkan media sosial sebagai strategi komunikasi? Siapa saja target yang menjadi sasaran komunikasi melalui media sosial? Kedua hal ini penting untuk menentukan bentuk media sosial yang tepat untuk digunakan, konten yang akan dibangun dan jenis informasi yang akan dibagikan. Pada tahapan ini juga dilakukan identifikasi mengenai tingkah laku masyarakat, tren/kebiasaan yang sedang berkembang di masyarakat serta

bagaimana ketertarikan maupun kebutuhan masyarakat guna merancang sebuah bentuk pemanfaatan media sosial yang tepat.

Perencanaan yang dilakukan oleh Diskominfo ditempuh melalui beberapa langkah diantaranya ;

1) Analisa Tantangan dan Permasalahan

Yogyakarta sebagai salah satu destinasi favorit di Indonesia dapat menghasilkan ratusan ribu wisatawan baik domestik maupun mancanegara setiap tahunnya. Untuk itu tentunya dibutuhkan keterbukaan akses informasi supaya memudahkan wisatawan untuk mengetahui spot-spot menarik dan berbagai destinasi yang ada di Yogyakarta.

Pada tahapan analisis ini juga dilakukan pengamatan mengenai bagaimana *tren/kebiasaan* yang sedang berkembang pada masyarakat saat ini. Dinas Kominfo DIY menyadari bahwa di era saat ini masyarakat sangat terbiasa mengakses informasi melalui *smartphone* karena dianggap mudah, cepat serta dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun. Data yang didapatkan bahwa pengguna *smartphone* di Indonesia sendiri meningkat setiap tahunnya, diimbangi dengan peningkatan penetrasi pengguna internet.

Namun Dinas Kominfo DIY sendiri menyadari bahwa sebenarnya telah banyak media digital yang disediakan

pemerintah untuk mengakses informasi yang berkaitan dengan Yogyakarta, seperti website www.jogjaprov.go.id, sosial media, serta beragam aplikasi milik beberapa OPD dan Satuan Kerja lainnya yang ada di Yogyakarta. Namun disisi lain, justru hal ini malah membuat masyarakat kebingungan karena terlalu banyak portal informasi dan terlalu banyak aplikasi.

2) Penetapan Tujuan

Selain melakukan analisa terhadap permasalahan dan tantangan, Dinas Kominfo DIY juga mempertimbangkan tujuan dari pembuatan aplikasi sebagai salah satu bagian dari perencanaan. Di dalam penyusunan perencanaan Aplikasi Jogja Istimewa ini pemerintah ingin memberikan akses informasi seluas-luasnya serta mengoptimalkan pelayanan kepada publik.

Di sisi lain, adanya program Jogja Smart Province (JSP) sendiri turut mendorong pemerintah untuk mengembangkan sebuah platform informasi agar tujuan dari JSP untuk menciptakan Jogja yang *smarter* dapat terwujud.

3) Perencanaan Khalayak

Setelah menetapkan tujuan, langkah selanjutnya dalam tahap perencanaan adalah menetapkan khalayak sasaran. Melihat potensi Jogja sebagai kota wisata yang ramai akan

wisatawan, maka khalayak sasaran pada tahap perencanaan ini adalah masyarakat Jogja pada umumnya dan wisatawan pada khususnya. Selain masyarakat, khalayak yang dituju adalah pemerintah. Hal ini dikarenakan pengembangan aplikasi di instansi pemerintah juga memerlukan kerjasama dan keterkaitan tugas antara OPD satu dengan OPD lainnya.

4) Analisis Peluang Media

Tahapan perencanaan yang dilakukan selain menganalisa masalah dan tantangan, merumuskan tujuan berdasarkan pada visi pemerintah, juga dilakukan analisa penetapan media yang tepat. Pemerintah melihat bahwa teknologi adalah peluang yang dapat dimanfaatkan. Teknologi bagi Dinas Kominfo DIY dipandang sebagai sebuah peluang yang besar dan dianggap merupakan jawaban yang paling tepat atas kebutuhan yang dihadapi di era keterbukaan informasi publik saat ini. Sifatnya yang hemat, mudah diakses, dan responsif membuatnya banyak digemari oleh masyarakat.

Teknologi dipilih sebagai media komunikasi dengan beberapa pertimbangan, yang pertama dilihat dari jumlah pengguna ponsel di Indonesia merupakan salah satu yang terbesar di dunia. Jumlah angka penggunaan ponsel di

Indonesia bahkan sudah melebihi jumlah penduduknya sendiri. Pengelola melihat fenomena ini sebagai sesuatu yang bisa dimanfaatkan sebagai peluang untuk pemerintah. Kedua, penetrasi internet yang meningkat pesat. Pada tahun 2015, internet sudah menjangkau sebanyak lebih dari 80 juta jiwa. Angka ini pun dapat terus bertambah melihat tren digitalisasi yang saat ini semakin berkembang. Salah satu yang muncul dari penetrasi internet ini ialah media sosial. Fakta-fakta mengenai teknologi tersebut yang kemudian dimanfaatkan sebagai peluang oleh pengelola untuk menyusun perencanaan teknologi apa yang paling tepat.

Tahap perencanaan yang ditempuh oleh Dinas Kominfo ini secara tidak langsung telah sesuai dengan peraturan MenPanRB No. 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah. Sesuai dengan peraturan tersebut tahapan dalam perencanaan sosial media instansi pemerintah meliputi 4 aspek yang sering disebut dengan istilah POST (*People, Objective, Strategy, Technology*).

Apa yang dilakukan oleh Dinas Kominfo DIY di tahap perencanaan ini juga telah sesuai dengan empat proses perencanaan strategis pengelolaan media sosial menurut *Input/Output Model of IT Planning for Social Media In Government* yang disampaikan oleh Dadashzadeh (2010). Adapun empat proses tersebut mencakup ; perencanaan nilai-nilai pelayanan publik, penentuan fokus,

investarisasi kemampuan IT dan peramalan teknologi di masa depan. Pada model ini, Dadashzadeh juga menyampaikan terdapat empat prinsip nilai-nilai pelayanan publik diantaranya ;

- 1) *Outcomes Based Focus*
- 2) Seimbang Dalam Mengedepankan Keadilan
- 3) *Engagement to Co-Produce Public Value*
- 4) Meningkatkan Akuntabilitas Pemerintah

Beberapa prinsip diatas juga telah dipertimbangkan oleh Pemda DIY dalam mengembangkan aplikasi berbasis *mobile* sebagai media penyampaian informasi dan pelayanan publik. *Outcomes based focus* ditunjukkan dengan perancangan fitur Jogja Bisnis, yang dapat dimanfaatkan sebagai media promosi UMKM sehingga harapannya melalui fitur ini dapat meningkatkan perekonomian masyarakat serta meningkatkan pendapatan daerah. Prinsip kedua yakni seimbang dalam mengedepankan keadilan, dapat dilihat bahwa rencana untuk pengembangan aplikasi ini ialah untuk menyediakan akses informasi dan pelayanan publik yang maksimal, cepat dan mudah. Ketiga, prinsip *Engagement to Co-Produce Public Value* dilakukan dalam bentuk pengembangan fitur Jogja Bisnis, dan Jogja Wisata. Prinsip terakhir yakni meningkatkan akuntabilitas pemerintah, hal ini ditunjukkan dengan pengintegrasian aplikasi *e-lapor* kedalam aplikasi Jogja Istimewa sehingga fitur lapor ini dapat bermanfaat bagi masyarakat yang ingin menyampaikan keluhan maupun aduan yang ditemui di

wilayah Yogyakarta baik mengenai masalah infrastruktur, kesehatan, birokrasi dan sebagainya.

b) Kegiatan Media Sosial

Berdasarkan Peraturan MenPanRB No. 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial di Instansi Pemerintah, kegiatan media sosial merupakan bagian terpadu dari kegiatan komunikasi instansi pemerintah secara menyeluruh. Oleh karena itu, kegiatan tersebut harus diselaraskan dengan kebijakan umum pemerintah. Pada tahapan ini berkaitan dengan tim pengelola termasuk penanggung jawab atas segala aktivitas dalam media sosial serta *team* yang bertugas melaksanakan pengelolaan media sosial sehari-harinya.

Dalam pengelolaan Aplikasi Jogja Istimewa Dinas Kominfo DIY dibantu oleh pihak ketiga selaku pengembang aplikasi yakni Gamatechno, hal ini dilakukan sebagai upaya mengatasi keterbatasan SDM yang ada di Dinas Kominfo DIY sendiri. Adapun team pengelola Aplikasi Jogja Istimewa, terdiri dari;

1) Team Leader

Team Leader dari pengelolaan dan pengembangan aplikasi Jogja Istimewa ini diserahkan kepada pihak ketiga yakni Gamatechno. *Team leader* memiliki beberapa tugas diantaranya menganalisis sistem, membuat jadwal rencana kegiatan pekerjaan, melakukan monitoring dan memantau pekerjaan yang dilakukan

oleh tenaga ahli, bertanggung jawab dalam melakukan supervisi kepada seluruh anggota tim, melaksanakan koordinasi dan membangun kerjasama tim yang solid, merealisasikan target pekerjaan yang telah ditetapkan, mengkoordinir seluruh aktivitas tim, membimbing dan mengarahkan anggota tim, melakukan pengecekan hasil pekerjaan dan melaksanakan presentasi kepada Dinas Kominfo DIY dan stakeholder terkait.

2) *Mobile Application Programmer*

Mobile Application Programmer memiliki tanggung jawab untuk merancang aplikasi berbasis *mobile*. *Jobdesk* ini menuntut pengelolanya untuk membuat aplikasi yang menarik dan juga mudah untuk diakses. Selain itu *mobile application programmer* juga memiliki tugas lain diantaranya; mempersiapkan dan merancang program, fitur dan hal-hal teknis lainnya yang telah dirancang oleh sistem analis, mengkompilasi data-data di lapangan kedalam database, melakukan pengecekan atau testing terhadap *bug system*.

3) *Application Support*

Tugas yang dilakukan oleh *application support* diantaranya meliputi ; pengumpulan data-data dan informasi yang dibutuhkan untuk membangun aplikasi, melakukan pengecekan atau testing terhadap *bug system*, membuat *test-case* yang terdiri dari langkah-langkah pengetesan terhadap sistem yang dibagi-bagi kedalam tiap

modul/unit sistem, serta melakukan pelatihan kepada pengguna aplikasi.

4) *Administrator* Aplikasi Jogja Istimewa

Admin yang ditunjuk untuk mengelola aplikasi Jogja Istimewa terdiri dari beberapa pegawai di beberapa bidang yang ada di Dinas Kominfo DIY, namun selaku admin utama adalah Bidang Aplikasi dan Informatika sebagai bidang yang menaungi langsung aplikasi tersebut. Admin-admin yang lain berasal dari bidang IKP, LTI dan juga Program. Baik admin utama maupun admin lainnya memiliki tugas untuk mengunggah konten-konten terkait *event*, wisata, dan informasi terbaru yang layak untuk diunggah ke aplikasi Jogja Istimewa. Selain itu admin juga bertugas untuk merespon keluhan dan juga aduan yang masuk melalui fitur *e-Lapor*.

Disisi lain, dalam pengelolaan aplikasi Jogja Istimewa ini juga melibatkan bidang IKP (Informasi dan Komunikasi Publik) yang memiliki tugas untuk mengembangkan materi komunikasi, mempromosikan aplikasi Jogja Istimewa dan membina hubungan serta jejaring dengan masyarakat. Beberapa kanal yang dimanfaatkan untuk melakukan promosi aplikasi Jogja Istimewa ialah website www.diskominfo.jogjaprov.go.id, media sosial (*facebook, instagram, twitter, dan youtube*) serta media konvensional yang meliputi iklan televisi dan iklan radio. Selain

melakukan promosi lewat media, promosi juga dilakukan melalui berbagai *event* maupun acara yang diselenggarakan oleh Dinas Kominfo DIY.

5) Kontributor Konten

Demi menyediakan konten yang lengkap dan *uptodate*, maka Dinas Kominfo DIY juga mengajak beberapa kontributor yang berasal dari beberapa komunitas maupun instansi untuk turut serta memberikan informasi melalui kanal aplikasi Jogja Istimewa. Adapun beberapa kontributor konten yang terhubung dengan Dinas Kominfo DIY antara lain ;

1. @infoseni
2. @jogjaupdatecom
3. @jogjaevents
4. @jogjainfo
5. @eventjogjakarta
6. @jogjapunyacara
7. @visitingjogjacom
8. @infojogjaistimewa
9. @jogjaku
10. @jogja.

c) Strategi Aplikasi Jogja Istimewa

Aplikasi Jogja Istimewa memiliki strategi yang disusun berkala setiap tahunnya. Strategi yang disusun mencakup sisi pengelolaan,

teknis dan sosialisasi dalam memperkenalkan aplikasi kepada khalayak. Upaya yang dilakukan oleh pengelola dalam segi teknis untuk mengoptimalkan Aplikasi Jogja Istimewa diantaranya meliputi ; pengembangan fitur-fitur yang ada dalam aplikasi, pembaharuan konten, perbaikan *bugs* aplikasi, peningkatan minor fitur aplikasi, pembaharuan tampilan utama (*home*) aplikasi, peningkatan komunikasi dengan server aplikasi Jogja Istimewa, pemeliharaan rutin dengan cara memantau *dashboard* analitik untuk memastikan agar aplikasi selalu berjalan dengan baik.

Selain dari segi teknis, terdapat pula strategi yang dilakukan dari sisi pengelolaan yaitu dengan cara bekerja sama dengan pihak ketiga untuk melakukan pengembangan dan pemeliharaan aplikasi, dan menyesuaikan antara keinginan publik dengan kepentingan pemerintah sehingga diharapkan aplikasi ini tetap ramah bagi pengguna tanpa ada kecenderungan disalah satu pihak. Hal ini terkait juga dengan strategi yang dilakukan dalam sosialisasi aplikasi Jogja Istimewa. Agar sosialisasi dalam memperkenalkan aplikasi ini dapat berjalan seefektif mungkin, Dinas Kominfo DIY memanfaatkan beberapa kanal media baru dan media konvensional. Media baru yang dimaksud meliputi *website* dan media sosial (*facebook, twitter, instagram* dan *youtube*). Sedangkan media konvensional meliputi surat kabar, televisi, radio dan tatap muka. Selain itu sosialisasi juga ditambah dengan melibatkan berbagai komunitas yang ada di Yogyakarta. Hal ini dilakukan dengan

cara mengadakan pertemuan dengan komunitas, agar komunitas yang notabene-nya memiliki banyak pengikut ini dapat turut serta memperkenalkan aplikasi Jogja Istimewa.

Disisi lain, strategi sosialisasi yang ditempuh oleh Dinas Kominfo DIY juga dilakukan dengan mengadopsi strategi yang biasanya dilakukan oleh perusahaan yang biasa dikenal dengan istilah *loyalty campaign*. Dalam dunia bisnis, strategi ini bertujuan untuk menilai dan juga mengukur kesetiaan konsumen terhadap produk. Dengan adanya model ini maka akan terjadi proses keterlibatan antara pemerintah dengan masyarakat, sehingga masyarakat sebagai publik utama merasa dihargai.

d) Pelaksanaan Pengelolaan Aplikasi Jogja Istimewa

Pada tahapan ini akan dipaparkan bagaimana implementasi dari perencanaan dan perumusan kegiatan yang telah dijelaskan pada tahapan sebelumnya. Tahap pelaksanaan yang dilakukan oleh Dinas Kominfo DIY ini secara garis besar telah sesuai dengan delapan elemen yang termuat dalam Peraturan MenPanRB No. 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial di Instansi Pemerintah, beberapa elemen tersebut diantaranya meliputi;

1) Menetapkan khalayak.

Di tahap perencanaan, Dinas Kominfo DIY merancang aplikasi Jogja Istimewa sebagai platform untuk memberikan akses

informasi dan pelayanan publik untuk masyarakat Yogyakarta dan wisatawan. Hal ini telah terbukti terlaksana. Berdasarkan *review* dari pengguna aplikasi Jogja Istimewa selama bulan Januari-Desember 2019, aplikasi ini dinilai dapat menambah informasi bagi pengguna dan bermanfaat baik bagi masyarakat Yogyakarta maupun wisatawan.

Gambar 3. 6

Review Pengguna Aplikasi Jogja Istimewa di *Playstore*



Sumber : Laporan Akhir Pemeliharaan dan Pengembangan Aplikasi Jogja Istimewa

Namun, dalam implementasinya aplikasi Jogja Istimewa tidak hanya memfasilitasi masyarakat dan wisatawan namun juga turut menjadikan pemerintah sebagai khalayaknya. Ditambah dengan pengintegrasian fitur *e-lapor* kedalam aplikasi Jogja Istimewa menjadikan posisi pemerintah terhubung satu sama lain, sedangkan masyarakat adalah khalayak yang berperan untuk menyampaikan aduan dan keluhan yang ditemui di lapangan.

Apabila dilihat dari sisi pengguna, aplikasi ini telah berhasil menunjukkan grafik pengguna yang terus meningkat tiap tahunnya. Berdasarkan sajian data yang telah dipaparkan pada poin sebelumnya, jumlah pengguna aktif via *Android* selama kurun waktu 2019 telah mencapai angka 13.466 pengguna, sedangkan untuk via *iOS* sebanyak 2.425 pengguna.

2) Membuat media yang sesuai dengan khalayak sasaran.

Pada tahap perencanaan sebelumnya, Dinas Kominfo DIY merumuskan untuk menggunakan aplikasi berbasis *mobile*. Pemilihan aplikasi sebagai media komunikasi dianggap tepat karena dapat diakses kapanpun dan dimanapun, hemat serta responsif. Pada tahap pelaksanaan, Dinas Kominfo DIY menetapkan penggunaan aplikasi berbasis *mobile* sebagai bentuk implementasi dari tahap perencanaan.

Adapun beberapa fitur yang tersedia dalam aplikasi Jogja Istimewa meliputi ;

1. Jogja Budaya
2. Informasi Lokasi, yang terdiri dari;
 - i. Jogja Wisata
 - ii. Jogja Layanan Publik
 - iii. Jogja Belajar
 - iv. Jogja Bisnis
3. Jogja Info

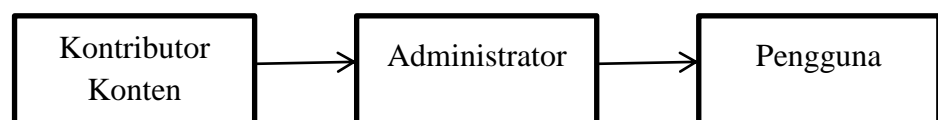
4. Jogja Transportasi
5. Jogja *Event*
6. Jogja Galeri
7. Jogja 360
8. Jogja *Augmented Reality*
9. Jogja *Streaming*
10. *E-Lapor*
11. *E-Ticketing*

3) Membuat dan mengunggah konten kedalam Aplikasi Jogja Istimewa.

Pada poin ini akan dipaparkan bagaimana pengelola mengunggah konten ke dalam aplikasi Jogja Istimewa. Proses awal dari pengunggahan konten hingga dapat dikonsumsi oleh publik digambarkan melalui bagan berikut ini;

Bagan 3. 1

Alur pengunggahan konten dalam Aplikasi Jogja Istimewa



Kontributor konten bertugas untuk melakukan entri konten aplikasi Jogja Istimewa yang selanjutnya konten tersebut akan dimoderasi oleh administrator. Hal ini dilakukan untuk menjamin informasi yang diunggah ke dalam aplikasi Jogja Istimewa kredibel

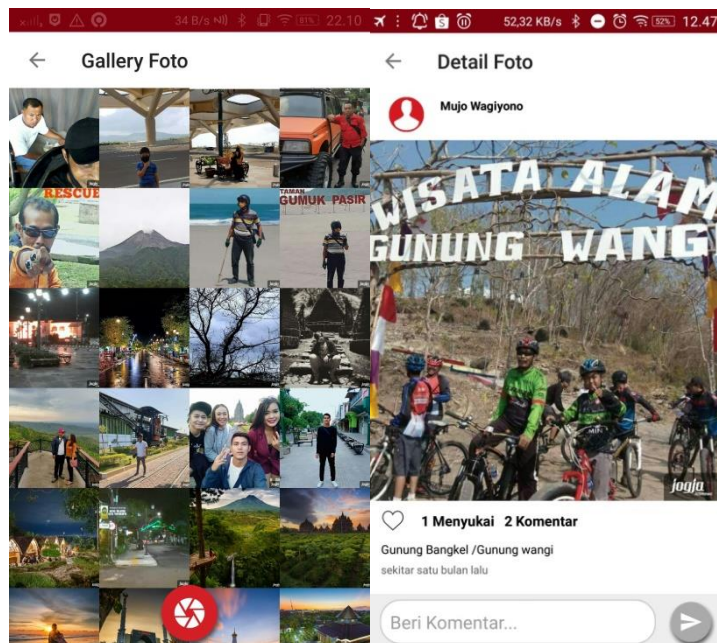
dan dapat dipertanggung jawabkan. Setelah konten diunggah oleh admin, pengguna dapat melihat dan mengakses konten tersebut.

4) Memantau interaksi yang terjadi pada aplikasi.

Interaksi dalam aplikasi Jogja Istimewa dapat dilakukan melalui fitur Jogja Galeri dan *E-Lapor*. Dalam fitur Jogja Galeri pengguna memiliki akses untuk mengunggah hasil dokumentasi berupa foto yang berkaitan dengan Yogyakarta. Saat mengunggah foto ini pengguna dapat menyematkan *caption* dan juga lokasi tempat foto tersebut diambil. Fitur Jogja Galeri ini juga menyediakan tombol *like* dan *comment* bagi pengguna untuk memberikan tanggapan suka dan komentar terkait info yang diunggah.

Gambar 3. 7

Interaksi yang terbentuk dalam fitur Jogja Galeri



Sumber : Dokumentasi Peneliti

Sedangkan interaksi yang terjadi melalui fitur *e-lapor* yakni melalui aduan yang disampaikan kepada pemerintah, yang selanjutnya laporan aduan tersebut akan diterima oleh admin dan disampaikan kepada OPD/Satuan Kerja terkait untuk mendapatkan tindak lanjut. Dalam aduan yang telah terkirim, para pengguna aplikasi yang lainnya juga dapat turut membagikan komentar.

Gambar 3. 8

Interaksi yang terbentuk dalam fitur E-Lapor



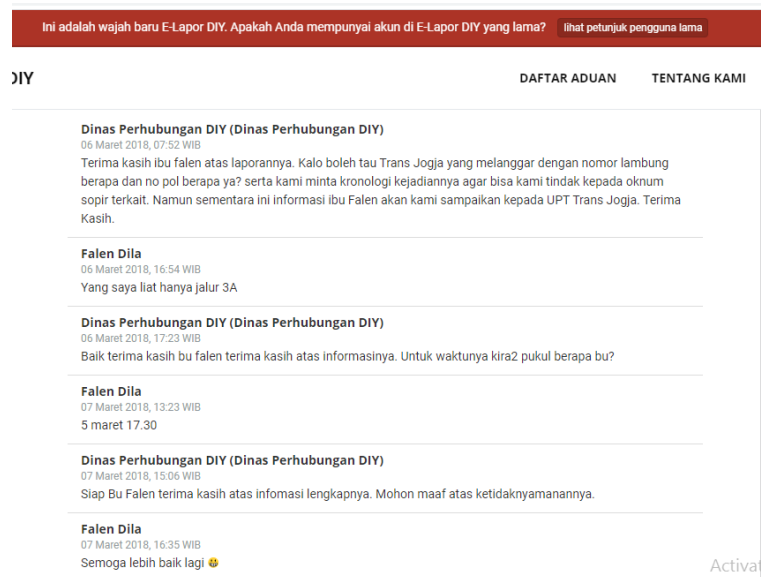
Sumber : Dokumentasi Peneliti

5) Berinteraksi dengan khalayak pengguna aplikasi.

Interaksi yang dilakukan dengan khalayak baik pemerintah maupun masyarakat dapat dilihat melalui fitur *e-lapor*. Dimana apabila dalam waktu 1x24 jam laporan aduan yang masuk tidak

ditindaklanjuti oleh OPD yang bersangkutan, maka admin dari aplikasi Jogja Istimewa bertugas untuk menyampaikannya baik melalui dashboard aplikasi maupun melalui kanal lainnya seperti *whatsapp group*. Dalam kurun waktu satu tahun total aduan yang disampaikan masyarakat melalui fitur e-lapor sebanyak 660 aduan, dimana sebanyak 659 aduan telah berhasil direspon oleh OPD/Satuan Kerja terkait.

Gambar 3. 9
Bentuk interaksi dengan khalayak pengguna aplikasi



Sumber : Dokumentasi Peneliti

6) Menganalisa dan memberi *feedback*.

Dalam menganalisa komunikasi dan interaksi yang terjadi melalui aplikasi Jogja Istimewa pengelola membuat analisa setiap bulanannya. Sebagai contoh, pengelola akan merespon *review* yang

disampaikan oleh pengguna mengenai aplikasi Jogja Istimewa melalui *Playstore*.

7) Memberi rekomendasi tindaklanjut kegiatan.

Setelah merespon *review* yang disampaikan oleh pengguna, selanjutnya pengelola akan mengambil tindakan lebih lanjut. Misalnya *review* yang menyebutkan fitur *cctv* di beberapa titik yang tidak dapat diakses, hal ini selanjutnya akan ditanggapi untuk kemudian dilakukan perbaikan terhadap fitur tersebut.

8) Menyebarluaskan kebijakan.

Aplikasi Jogja Istimewa dalam Pengelolaannya tidak memiliki fitur yang menjalankan fungsi sosialisasi kebijakan pemerintah. Namun apabila terdapat peraturan/kebijakan yang bersifat darurat maka nantinya informasi mengenai kebijakan tersebut akan ditampilkan pada tampilan utama (*home*) aplikasi Jogja Istimewa melalui link yang akan tersambung ke website Pemda DIY.

e) Evaluasi

Tahap evaluasi merupakan tahapan paling akhir dari sebuah proses pengelolaan. Evaluasi bermanfaat untuk mengukur seberapa besar hasil yang dicapai dalam sebuah program *public relations*, juga untuk mengukur apakah hasil yang didapatkan sudah sesuai dengan tujuan yang telah dicanangkan dalam tahap *planning* (perencanaan). Evaluasi pengelolaan aplikasi dilakukan setiap sebulan sekali. Pada evaluasi ini pihak Gamatechno selaku pengembang aplikasi Jogja Istimewa akan

menyampaikan hasil kegiatan berupa laporan yang telah dikerjakan selama kurun waktu satu bulan. Dalam laporan bulanan ini berisikan beberapa poin diantaranya ; ruang lingkup pekerjaan yang dilakukan, jumlah pengunduh dan pengguna aktif aplikasi Jogja Istimewa, *review* pada kolom komentar yang terdapat di *playstore*, inovasi pekerjaan yang dilakukan selama satu bulan, serta hambatan/kendala yang ditemui selama proses pengelolaan.

“Kalo untuk evaluasi kegiatan, itu biasanya setiap bulan Gamatechno akan ngasih *monthly report* yang isinya detail mulai dari jumlah pengguna, konten yang *update*, perbaikan *bugs*, dan masih banyak lagi. Itu nanti biasanya akan dipresentasiin ke kita yang sekaligus juga akan membahas soal hambatan yang temui, lalu kita sama-sama cari solusinya gimana. Nah dari laporan itu nanti kita jadi bisa tau sejauh mana keefektifan aplikasi ini hal apa yang perlu diperbaiki”. (Wawancara dengan Staff Bidang Aplikasi dan Informatika Dinas Kominfo DIY, pada tanggal 24 Februari 2020).

Laporan dari kegiatan evaluasi ini nantinya akan dijadikan sebagai bahan laporan pertanggung jawaban diakhir tahun, yang kemudian akan berguna sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil langkah yang tepat terkait pengembangan dan pengelolaan aplikasi Jogja Istimewa. Secara garis besar tahapan evaluasi yang dilakukan oleh Dinas Kominfo DIY telah sesuai dengan kategori pengukuran yang termuat dalam Peraturan KemenPanRB No. 83 Tahun 2012. Evaluasi yang dilakukan dalam mengukur persepsi, opini dan sikap khalayak terhadap instansi ialah melalui pengukuran

frekuensi dan lalu lintas yang meliputi jumlah penduduk dan pengguna aktif aplikasi Jogja Istimewa setiap bulannya.

2. Kontribusi Aplikasi Jogja Istimewa Dalam Mendukung Terwujudnya Citra DIY Sebagai *Smart Province*

Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi menawarkan berbagai kelebihan yang memudahkan masyarakat dalam menjalankan kegiatan sehari-harinya, tak terkecuali di sektor pemerintahan. Di era digitalisasi saat ini pemerintah berusaha untuk meningkatkan pelayanan dan akses informasi yang akuntabel, transparan serta responsif kepada publiknya melalui pemanfaatan media digital. Melihat berbagai peluang yang didapatkan dari pemanfaatan media digital ini, Kemenkominfo RI pada tahun 2018 mencanangkan program Gerakan Menuju 100 Smart City dan Gerakan Nasional Literasi Digital (GNLD) “Siberkreasi”. Berangkat dari hal ini, beberapa kota maupun provinsi di Indonesia berlomba-lomba untuk membangun kawasan cerdas dengan melibatkan *multistakeholder* secara aktif.

Namun tidak dapat dipungkiri ditengah berbagai kelebihan yang ditawarkan, era digitalisasi juga membawa dampak negatif bagi kehidupan masyarakat. Kehadiran teknologi dan informasi yang cerdas justru malah membuat manusia berpikir dan berperilaku tak cerdas. Seperti yang terlihat saat ini, masyarakat kaya akan teknologi namun miskin akan moralitas, dan etika sehingga pemanfaatan media digital malah disalahgunakan untuk melakukan tindak kejahatan seperti *cyber bullying*, *cyber terrorism*,

penyebaran *hoax*, dan sebagainya. Hal inilah yang kemudian menjadi sebuah permasalahan bagi Pemerintah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Pemprov DIY mendambakan tumbuhnya kawasan yang cerdas namun tetap mengedepankan nilai-nilai luhur. Atas dasar tersebut pada tahun 2019 Pemprov DIY berinisiatif mengembangkan program *Jogja Smart Province (JSP)* yakni sebuah pengembangan lebih lanjut dari pembangunan *Digital Government Service (DGS)*.

Lahirnya JSP dilatarbelakangi oleh berbagai isu dan permasalahan di wilayah DIY yang semakin kompleks. Sehingga harapannya dengan penerapan JSP ini dapat menjawab tantangan dan permasalahan yang ada di masyarakat, meningkatkan SDM, menguatkan stabilitas ekonomi, budaya serta mewujudkan tata kelola pemerintahan yang akuntabel dan transparan. Adapun tujuan dari dikembangkannya program JSP ini antara lain untuk menciptakan Jogja yang “*smarter*” melalui inovasi berbasis teknologi informasi dan komunikasi, mendukung pencapaian target RPJMD, dokumen rujukan penyusunan perencanaan program OPD DIY untuk pelayanan masyarakat yang lebih baik, sebagai dokumen rujukan implementasi nilai-nilai keistimewaan DIY melalui teknologi informasi dan komunikasi, memberi ruang partisipasi bagi masyarakat, komunitas, dan industri dalam pembangunan DIY.

Dalam penerapannya di berbagai aspek kehidupan, JSP menjunjung tinggi nilai-nilai keistimewaan Jogja yang diantaranya meliputi *Sangkan Paraning Dumadi, Hamemayu Hayuning Bawana, dan Manunggaling*

Kawula Gusti. Nilai-nilai tersebut yang kemudian menjadi cikal bakal dari lahirnya lima dimensi JSP diantaranya *Smart Living, Smart Culture, Smart Society, Smart Environment dan Smart Governance*. Hal inilah yang kemudian menjadi sebuah pembeda antara *masterplan smart province* Jogja dengan *smart province* lainnya yang ada di wilayah Indonesia.

Smart Living yang dilakukan oleh Pemprov DIY berupa pemanfaatan TIK untuk meningkatkan pelayanan informasi kepada publik. Hal ini menjadi salah satu upaya yang ditempuh oleh Pemda DIY dalam mendukung terwujudnya citra *smart province*. Citra merupakan pemahaman atau persepsi orang lain mengenai sesuatu. Berdasarkan model pembentukan citra yang disampaikan oleh Soemirat dan Ardianto (2010:118) citra yang muncul dibenak publik terhadap lembaga/organisasi terbentuk melalui beberapa elemen yang meliputi sumber, komunikator, pesan, dan komunikan.

Pesan yang dibangun oleh Pemda DIY ditempuh melalui beberapa kegiatan yang dilakukan untuk mempengaruhi persepsi khalayak. Bentuk implementasi kegiatan tersebut salah satunya adalah dengan merilis aplikasi Jogja Istimewa yang dikembangkan sebagai portal informasi dan pelayanan publik. Aplikasi ini menawarkan beberapa fitur untuk memudahkan akses informasi dan pelayanan publik bagi masyarakat maupun wisatawan yang singgah di Yogyakarta. Beberapa fitur pendukung sebagai wujud pengoptimalan teknologi informasi dan komunikasi yang terdapat dalam aplikasi Jogja Istimewa ialah *E-Lapor, E-Ticketing, Jogja Panic Button*, dan

Lacak Pajak Kendaraan Bermotor. Langkah ini bertujuan agar pemerintah dapat menjangkau publik, yang kemudian diharapkan dapat tercipta hubungan saling pengertian (*mutual understanding*) sehingga dapat berpengaruh terhadap pembentukan citra baik (*good image*).

Selain berkontribusi dalam mendukung terwujudnya *smart province*, aplikasi Jogja Istimewa ini juga turut memberikan kontribusi bagi Pemda DIY. Kontribusi tersebut berupa perubahan cara pemerintah dalam berkomunikasi dengan publik.

“Ada proses interaksi yang melibatkan *feedback* dari masyarakat. *Feedback* inilah yang kita dapatkan. Misalnya ketika kami membuat obyek kuliner yang ada di Jogja, lalu ada beberapa restoran yang nggak masuk ke dalam list. Itu owner dari restoran akan protes ke kita kok restorannya nggak masuk ke dalam fitur Jogja Kuliner. Apa jawaban kita? Kita ga bisa bilang ke mereka “wah kami gatau” itu jawaban lawas ya. Jawaban kita ya, kami siapkan pintunya supaya mereka bisa mendaftarkan restorannya sendiri ke dalam aplikasi, mereka foto tempatnya, mereka sertakan menu makanannya, nanti dari kami tinggal verifikasi, udah, tinggal di upload. Jadi ini merubah cara komunikasi kami dalam melayani publik”. (Wawancara dengan Drs. Bayu Februarino, Kepala Bidang Aplikasi dan Informatika pada tanggal 7 Februari 2020).

3. Faktor Pendukung dan Penghambat Dalam Pengelolaan Aplikasi

“Jogja Istimewa”

Terdapat beberapa faktor pendukung dan juga penghambat dalam pengelolaan aplikasi “Jogja Istimewa” sebagai salah satu *tools* penunjang yang digunakan oleh Pemda DIY untuk mengembangkan program *smart province*.

1) Faktor Pendukung

Dalam mengelola aplikasi Jogja Istimewa sebagai salah satu tools digital PR Pemda DIY terdapat beberapa faktor pendukung diantaranya, adanya kekuatan dan dukungan penuh dari pemerintah, adanya komitmen yang kuat dari Dinas Kominfo DIY dalam menyosialisasikan aplikasi sebagai salah satu *platform* yang dapat digunakan untuk mengakses informasi dan menyediakan pelayanan publik di wilayah Yogyakarta demi mewujudkan DIY sebagai *smart province*. Hal ini tercermin dari setiap kegiatan maupun program yang dijalankan oleh Dinas Kominfo DIY seperti diantaranya *loyalty campaign*, literasi bijak bermedia sosial, pagelaran TIK, dan lain-lain.

“Kita selalu berusaha untuk memperkenalkan aplikasi tersebut ke masyarakat, hampir disetiap kegiatan yang kita lakukan. Tapi orientasi kita disini sama sekali ga mikir profit ya, ketika masyarakat tahu dan paham soal aplikasi Jogja Istimewa dan Jogja Smart Province itu udah jadi suatu kepuasan tersendiri bagi kami”. (Wawancara dengan Drs. Bayu Februarino, Kepala Bidang Aplikasi dan Informatika Dinas Kominfo DIY pada tanggal 7 Februari 2020). (Wawancara dengan Kepala Bidang Aplikasi dan Informatika, 6 Februari 2020).

2) Faktor Pengambat

Adapun beberapa kendala yang ditemui oleh Dinas Kominfo DIY dalam mengelola aplikasi “Jogja Istimewa” adalah minimnya SDM dan anggaran dana. Tidak dapat

dipungkiri pegawai di Dinas Kominfo DIY yang memiliki latar belakang IT jumlahnya sangat terbatas. Ditambah dengan biaya anggaran yang dimiliki oleh OPD-OPD yang ada di Provinsi DIY sangat jauh apabila dibandingkan dengan anggaran dari OPD Provinsi lainnya. Sehingga upaya yang ditempuh oleh Dinas Kominfo DIY adalah dengan melibatkan pihak ketiga yang secara tidak langsung juga menjalin kerjasama *sponsorship* agar dapat mengembangkan layanan publik berbasis teknologi yang sesuai dengan anggaran pemerintah daerah. (Wawancara dengan Staff Bidang Aplikasi dan Informatika, 6 Februari 2020).

