

LAMPIRAN

Transkrip Wawancara

1. Pertanyaan Untuk Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Dinas

Kominfo DIY

A. Pelaksanaan aktivitas *public relations*

1. Bagaimana peran dan fungsi Diskominfo DIY dalam menjalankan aktivitas *public relations*/kehumasan?

Nah jadi gini, dulu kan Diskominfo itu punya bidang humas. Jadi humas Pemda DIY yang sekarang itu dulunya adalah humas Diskominfo. Baru mulai tahun 2019 kemarin, bidang humas Diskominfo resmi dipindah dan bergabung dengan Biro Umum, Humas dan Protokol Pemda DIY. Jadi yang sekarang ada di Diskominfo adalah bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP), bisa dibilang bidang ini yang jadi humasnya Diskominfo. Tapi kegiatan kehumasan yang kita lakukan ga sebanyak humas Pemda DIY ya, karena ibaratnya Humas Pemda DIY itu sebagai corongnya pemerintah, yang menjalin media relations, press conference itu semua Humas Pemda, kita bidang IKP hanya membantu dan saling berkolaborasi aja sih. Karena fokus pekerjaan IKP itu ya sosialisasi, literasi dan edukasi kepada masyarakat, yaa intinya kegiatan yang kita lakukan lebih sering terjun ke masyarakat untuk membangun *awareness* terkait pemanfaatan media digital saat ini.

2. Bagaimana model komunikasi yang ingin dibentuk antara instansi dengan masyarakat?

Tentunya adalah model komunikasi dua arah ya, model pembangunan ya bottom up. Kita berusaha membuka seluas-luasnya komunikasi dengan masyarakat, contohnya lewat media baik mainstream maupun non-mainstream seperti sosmed, dan beberapa aplikasi yang kita kelola oleh Pemda DIY seperti

ada Jogja Istimewa Apps, E-Lapor.

B. Peranan Diskominfo sebagai Humas Pemerintah.

1. Dalam melakukan kegiatan kehumasan apakah Diskominfo DIY turut menerapkan prinsip keterbukaan informasi sesuai dengan UU No. 14 Tahun 2008? Bagaimana kemudian cerminan dari prinsip tersebut?

Ya, tentu saja ya. Jadi sejak ada UU No.14 Tahun 2008 terkait keterbukaan informasi publik, sekarang baik lembaga, institusi, perusahaan maupun pemerintah itu diharuskan untuk membentuk Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID). Nah PPID itu ada PPID utama dan PPID Pembantu. Untuk PPID Utama Pemda DIY itu yang mengelola adalah Diskominfo, tapi Diskominfo juga mengelola PPID Pembantu atas nama Diskominfo DIY sendiri. Tugas PPID ini adalah menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh publik, tapi juga nggak semua informasi disajikan begitu saja. Ada juga beberapa informasi yang dikecualikan. Nah nanti kalo ada masyarakat yang membutuhkan informasi yang masuk dalam daftar informasi yang dikecualikan itu mereka bisa mengajukan sengketa, yang nantinya akan ditindaklanjuti oleh Komisi Informasi Daerah (KID) yang merupakan lembaga dibawah naungan Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) Diskominfo DIY. Selain PPID kita juga memanfaatkan penggunaan media digital kaya website, sosmed, dan beberapa aplikasi yang kembangkan untuk dapat menjangkau publik.

2. Berdasarkan teori yang disampaikan oleh Nilasari, humas pemerintah memiliki beberapa tujuan diantaranya sebagai jembatan komunikasi, *mutual benefit relationship* serta membangun reputasi dan citra. Sejauh ini apa sajakah tujuan yang ingin dicapai oleh Diskominfo DIY dalam konteks kehumasan?

Ya, kami berusaha ya untuk dapat mencapai beberapa tujuan itu. Contohnya

dengan memanfaatkan media digital ini kami berharap agar komunikasi yang terbentuk antara pemerintah dengan masyarakat itu bisa dua arah, tanpa sekat jadi ada transparansi informasi gitu. Karena mungkin selama ini pemerintah kan dianggap tertutup, birokrasinya berbelit-belit gitu ya, nah kami ingin stigma-stigma tersebut tidak berkembang dimasyarakat, salah satu upayanya adalah dengan membuka wadah bagi masyarakat untuk dapat berkomunikasi dengan pemerintah baik melalui sosmed, website dan aplikasi yang kami kembangkan.

3. Bagaimana dan apa sajakah bentuk kegiatan kehumasan yang dilakukan oleh Diskominfo DIY dalam menjalin komunikasi dua arah dengan publik?

Banyak sih ya, intinya kami selalu ingin melibatkan masyarakat dalam berbagai kegiatan pemerintah. Kalo untuk kegiatan yang dilakukan bidang IKP sendiri itu ada sosialisasi, kaya contohnya sosialisasi bijak bermedia sosial, terus ada literasi media, diseminasi konten positif, forum kelompok informasi masyarakat se-DIY. Itu semua kami lakukan dengan terjun langsung ke masyarakat untuk tujuannya ya untuk meningkatkan awareness, selain itu juga untuk membuka partisipasi masyarakat terkait kebijakan maupun kinerja

C. Aktivitas *digital public relations* yang dilakukan oleh Diskominfo DIY

1. Bagaimana Diskominfo memahami pentingnya media digital dalam membangun komunikasi dengan publik?

Penting banget ya, karena mau gak mau media mainstream kan sekarang mulai ditinggalkan. Tren masyarakat sekarang udah beralih ke media digital kaya sosmed, website gitu. Jadi kita sebagai pemerintah yang publik utamanya adalah masyarakat ya tentu harus menyesuaikan dengan masyarakat. Apalagi media digital ini kan sifatnya lebih mudah, cepat, hemat juga ya jadi kita bisa mengukur sejauh mana keefektifan penggunaan media digital daripada media

konvensional. Soalnya kalo media konvensional kan kita gabisa nglihat berapa orang yang nonton, berapa orang yang tertarik dengan pesan yang kita sampaikan. Tapi kalo pake media digital itu semua bisa terukur dengan jelas.

2. Sejak kapan Diskominfo memanfaatkan media digital dalam mendukung program kerja?

Sejak Diskominfo berdiri, ya berarti tahun 2016 ya kita udah memanfaatkan berbagai platform media digital.

3. *Tools* digital public relations apa sajakah yang dikelola oleh Diskominfo?

Hehehehe banyak ya, kalo aplikasi saat ini yang kita lagi concern ada Jogja Istimewa Apps, E-Lapor Pemda DIY, ada juga kita kelola website baik milik Pemda DIY dan juga milik Diskominfo sendiri, ada juga sosmed kaya facebook, twitter, instagram, youtube.

4. Apa alasan Diskominfo menggunakan bentuk-bentuk digital public relations tersebut?

Tentunya kita ingin menampung aspirasi dari masyarakat jadi ketika masyarakat punya saran, kritk, masukan mereka bisa menyampaikan lewat macam-macam platform yang tersedia ini, jadi komunikasi antar pemerintah sama masyarakat juga jadi lebih responsif. Selain itu juga untuk menyampaikan informasi seluas-luasnya ya.

5. Adakah pendekatan/strategi yang dilakukan Diskominfo dalam mencari cara yang efektif demi mencapai tujuan dari *aktivitas public relations*?

Nah tujuan utamanya itu sebenarnya adalah satu Pemda cuma butuh satu aplikasi yang membuat seluruh informasi dan pelayanan publik yang ada di seluruh DIY. Agar apa? Agar masyarakat ga bingung, karena kaya kasus sekarang ini berbagai OPD berlomba-lomba pengen bikin aplikasi. Tapi apakah

aplikasi itu sampai ke masyarakat? Enggak. Malah masyarakat makin bingung karena terlalu banyak aplikasi. Makanya kita berusaha untuk mengembangkan satu platform yang memuat segala informasi dan pelayanan publik yang ada di wilayah DIY.

6. Bagaimanakah kontribusi yang didapatkan dari pemanfaatan *digital public relations* bagi Pemprov DIY?

Besar sekali, kita jadi tahu respon masyarakat isu, maupun kebijakan pemerintah secara cepat. Karena memang komunikasi yang terbentuk lewat media digital ini menjadikan pemerintah dengan masyarakat seolah tidak ada sekat.

7. Bagaimanakah peranan aplikasi “Jogja Istimewa” kaitannya dengan program Jogja Smart Province (JSP)?

Intinya JSP itu kan optimalisasi pemanfaatan TIK. Nah, kita kembangkan aplikasi Jogja Istimewa ini salah satunya sebagai upaya untuk mendukung program JSP itu sendiri.

8. Bagaimana strategi yang ditempuh Diskominfo dalam membantu mewujudkan citra DIY sebagai *smart province* melalui pemanfaatan media digital?

Memanfaatkan beberapa potensi dalam bidang IT, salah satunya dengan aplikasi Jogja Istimewa yang mana ini adalah platform online untuk melayani publik.

2. Pertanyaan Untuk Kepala Bidang Aplikasi dan Informatika Dinas Kominfo DIY

A. Manajemen Pengelolaan Aplikasi Jogja Istimewa Untuk Mewujudkan *Smart Province*

1. Riset/Penelitian

- a) Bagaimanakah Diskominfo melihat berbagai potensi yang dimiliki media

digital kaitannya membangun komunikasi dengan publik?

Perkembangan teknologi saat ini itu kan menjadikan masyarakat suka yang serba simpel ya. Nah kami melihat media digital ini sebagai sebuah peluang, karena sifatnya mudah, hemat, cepat dalam membangun komunikasi antara individu satu dengan yang lainnya. Ditambah lagi memang tren media digital dimasyarakat sudah tidak dapat dipungkiri ya, siapasih sekarang yang gak kenal internet? Bahkan saat ini hal apapun bisa dilakukan menggunakan ponsel, semua hal bisa dilakukan dalam genggam.

- b) Apakah Diskominfo melakukan riset terlebih dahulu sebelum memutuskan pemanfaatan media digital yang akan digunakan dalam membangun komunikasi dengan publik?

Tentunya iya, kami melihat dulu kebiasaan dan tren yang sedang berkembang saat ini dimasyarakat seperti apa. Contohnya kaya sekarang lagi nge-hype instagram, ya kami manfaatkan secara optimal penggunaan instagram tersebut untuk membangun komunikasi dengan publik. Intinya kami menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat ya.

- c) Bagaimana proses pengajuan gagasan dan latar belakang untuk meluncurkan aplikasi Jogja Istimewa?

Ya, latar belakang pengembangan aplikasi ini pertama karena adanya Perda TIK No.3 Tahun 2019, selain itu juga diperkuat dengan peraturan Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE) dari inilah kita berinisiatif untuk mengembangkan aplikasi yang terintegrasi. Maksudnya terintegrasi itu jadi semua informasi bisa ada dalam satu database. Pengintegrasian ini juga diinisiasi karena banyak banget ya aplikasi-

aplikasi buatan OPD yang ada di DIY sampe masyarakat malah jadi bingung sendiri. Makanya, kami ingin segala informasi dan pelayanan publik itu dapat diakses melalui satu pintu, yakni Jogja Istimewa ini.

2. Perencanaan

- a) Bagaimana persiapan yang dilakukan oleh Diskominfo dalam mengelola Aplikasi Jogja Istimewa?

Pertama karena ini aplikasi jadi kita gabisa nge-handle sendiri ya, butuh pihak ketiga yang membantu mengembangkan dan mengelola aplikasi ini. Jadi langkah pertama kita bikin Kerangka Acuan Kerja (KAK) ini berguna sebagai bahan acuan kami dalam mencari pihak ketiga yang berkompeten dalam pengembangan dan pemeliharaan aplikasi. Isi dari KAK ini mencakup kriteria perusahaan pengembang, kualifikasi yang dibutuhkan dalam pengelolaan aplikasi, serta konsep dan rancangan aplikasi secara garis besar. Nantinya beberapa pihak ketiga yang tertarik dengan kerjasama ini akan mengirimkan proposal yang berisi gambaran aplikasi yang akan dikembangkan lengkap dengan fiturnya, selanjutnya akan kami lihat mana yang paling menarik dan meyakinkan. Nah nanti kalo kita udah ada kontrak kerjasama dengan pihak ketiga yang terpilih, maka selanjutnya pihak ketiga berkewajiban untuk menyusun rencana kerja dan menyusun team pengelola.

- b) Apa tujuan yang ingin dicapai Diskominfo dalam memanfaatkan aplikasi “Jogja Istimewa” sebagai *tools digital* PR?

Sebenarnya tujuan kami sederhana ya, kami ingin memberikan akses informasi seluas-luasnya bagi seluruh elemen yang ada di DIY.

- c) Bagaimanakah proses penyusunan dan perencanaan pengelolaan aplikasi

“Jogja Istimewa” selama kurun waktu 2018-2019?

Kalo untuk perencanaan kita tentunya menentukan tujuan terlebih dahulu ya sebelum aplikasi ini resmi akan dikembangkan. Tujuan kita untuk memberikan akses informasi dan pelayanan publik yang luas sekaligus mengintegrasikan seluruh aplikasi yang ada DIY. Lalu kita juga merumuskan siapa khalayak sasaran dari aplikasi ini, kita melihat bahwa DIY ini kan sebagai sebuah provinsi yang ga pernah sepi akan wisatawan. Tentunya mereka wisatawan ini kan butuh info ya, mulai dari pariwisata, kuliner, budaya hingga event. Jadi kami sediakan informasi-informasi itu untuk memudahkan wisatawan yang singgah ke DIY. Tapi kami ga hanya memfasilitasi wisatawan, tapi juga masyarakat DIY itu sendiri.

3. Pelaksanaan

- a) Bagaimana cara kerja serta proses koordinasi dalam mengelola aplikasi “Jogja Istimewa” sebagai salah satu tools digital PR Pemprov DIY?

Kalo untuk proses koordinasi itu biasanya di tiap bulan pihak ketiga akan mengirmkan laporan bulanan untuk kami bahas secara bersama-sama. Dilapoaan bulanan itu isinya ada jumlah pengguna, ruang lingkup pekerjaan yang dilakukan, pembaharuan aplikasi, inovasi-inovasi yang dilakukan kaya misalnya penambahan fitur, menu dan lain-lain.

Nah kalo untuk proses pengelolaannya itu kami kan membentuk tim pengelola, yang mana ada administrator dari aplikasi yang bertugas untuk mengunggah konten, kontennya macem-macem ya kaya event, wisata, kuliner, gitu. Dalam pengumpulan konten ini juga melibatkan kontributor konten yang terdiri dari beberapa OPD di DIY maupun komunitas-komunitas. Kalo kontributor tugasnya hanya menyampaikan konten ya,

mereka kasih konten, nanti diverifikasi sama admin, baru bisa diunggah ke aplikasi.

- b) Faktor apa sajakah yang menjadi pendukung dalam pelaksanaan aktivitas digital PR melalui aplikasi “Jogja Istimewa”?

Faktor pendukungnya adalah adanya komitmen yang kuat dari kami Diskominfo dalam mendukung program ini. Hampir disetiap kegiatan yang kami lakukan kami selalu berusaha untuk memperkenalkan aplikasi Jogja Istimewa ini.

- c) Apa sajakah hambatan yang ditemui dalam mengelola serta mengembangkan tools digital PR, khususnya aplikasi “Jogja Istimewa”? Bagaimana upaya yang ditempuh untuk menyelesaikan hambatan tersebut?

Hambatan terbesar tentunya adalah SDM ya, apalagi ini terkait aplikasi yang mana tentu kita butuh SDM yang amat memadai. Karena aplikasi ini kan sifatnya jangka panjang, mudah diretas sehingga ga bisa sembarangan orang bisa mengelola aplikasi. Nah untuk itu, kami bekerjasama dengan pihak ketiga yakni Gametechno untuk mengembangkan sekaligus memelihara aplikasi Jogja Istimewa ini.

4. Evaluasi

- a) Bagaimana indikator yang digunakan untuk mengukur keberhasilan dalam pengelolaan aplikasi Jogja Istimewa yang dilakukan oleh Diskominfo?

Indikator keberhasilannya ya tentu kami lihat dari jumlah pengunduh dan pengguna aktif setiap bulannya ya, apakah naik atau turun. Karena ya ga dipungkiri semakin banyak yang download berarti semakin banyak yang tertarik, itu berarti aplikasi ini bermanfaat bagi masyarakat.

- b) Bagaimana tingkat keefektifan dari penggunaan media digital dalam

membangun komunikasi dengan publik?

Sangat efektif ya, mengingat kalau dari media konvensional kan kita agak sulit untuk melihat siapa dan berapa banyak khalayak yang menerima pesan, sedangkan kalo dari internet/ media digital kita dapat control itu secara langsung berapa jumlah engagement, kira-kira konten apa yang disukai khalayak, nah dari situ kita bisa memproduksi konten yang sesuai dengan segmen masyarakat.

- c) Bagaimana hasil penerapan dari digital PR khususnya aplikasi “Jogja Istimewa” selama kurun waktu 2018-2019? Apakah sudah sesuai dengan tujuan dari JSP itu sendiri?

Sejauh ini kami merasa sudah sesuai ya, karena tujuan JSP sendiri kan menciptakan Jogja yang smarter melalui pemanfaatan TIK. Dari data-data yang didapatkan selama kurun waktu satu tahun ini kami merasa sudah sesuai dengan tujuan JSP itu sendiri, karena dilihat dari pengguna yang terus meningkat setiap tahunnya, respon positif dari pengguna juga menunjukkan kalo Jogja Istimewa ini dapat membantu masyarakat lewat fitur-fitur yang ada kaya CCTV, e-Lapor, cek pajak kendaraan.

3. Pertanyaan untuk pengguna aplikasi “Jogja Istimewa”

1. Mengapa anda tertarik untuk mengunduh aplikasi “Jogja Istimewa”?

Karena akhir-akhir ini emang Pemda DIY lagi gencar-gencarnya promosiin aplikasi Jogja Istimewa ya, terus kepo hehehe, terus lihat kalo ada fitur CCTV yang menurut aku berguna banget buat tahu keadaan misalnya cuaca, lalu lintas, gitu sih.

2. Bagaimana pemahaman anda mengenai aplikasi “Jogja Istimewa”?

Aplikasi yang dikembangkan oleh Pemda DIY, ada banyak info disitu seputar Jogja, ada juga fitur e-Lapor buat nyampein keluhan kita soal masalah yang ditemui di Jogja, banyak juga sih fitur lainnya yang informatif.

3. Sebelum aplikasi ini dirilis, bagaimana cara anda mendapatkan informasi terkait Yogyakarta?

Biasanya dari sosmed ya, kaya Instagram @explorejogja, @yogyakarta, terus juga dari twitter.

4. Bagaimana pendapat anda terkait pelayanan publik dan beragam informasi yang tersedia pada aplikasi ini? Apakah sejauh ini aplikasi “Jogja Istimewa” terbukti dapat membantu pelayanan publik?

Ya, cukup membantu sih. Cuma ya kayanya emang masih belum banyak orang yang tahu aplikasi ini, terus juga kalo untuk pelayanan publik lewat aplikasi mungkin bisa dimaksimalkan fiturnya kaya misal rumah sakit, bisa ambil nomor antrean lewat aplikasi ini hehehehe jadi ga cuma berisi info terkait alamat dan jam pelayanan ya.

5. Bagaimana kesan anda terhadap hadirnya aplikasi “Jogja Istimewa” ini?

So far so good, tapi menurutku tetep masih harus dioptimalkan kaya misalnya ada fitur yang ngasih info uptodate ga cuma soal event tapi apapun yang lagi jadi trending.

a. List Konten Event Yang Diunggah Dalam Aplikasi Jogja Istimewa Selama Satu Tahun

No	Nama Event	Tanggal/Jam	Tempat
1	Pementasan Wayang Petilan, dlm rangka HUT Paguyuban Tatah Sungging Wayang Kulit Ngudi Mulyo	2 April 2019	Dusun Gendeng, Bangunjiwo
2	Penyuluhan seni LPM ISI	2,5, 9, 12, 16, 19, 23, 26, 30 April 2019	Kolingin, Dusun Kadibeso, Sabdodadi
3	Kethoprak Pamong	6 April 2019	Balai Desa Mulyodadi
4	Lomba Karawitan (Desa Gilangharjo, Desa Dlingo)	10 April 2019	ISI Bantul
5	Nyadran / Ruwahan Dusun Garon	21 April 2019	Desa Panggungharjo
6	Pentas Gejogj Lesung Hari Kartini	21 April 2019	Desa Seloharjo
7	Ruwahan	25 April 2019	Desa Selopamioro
8	Upacara Adat Ruwahan	26 April 2019 13.00	Desa Puron-Sawahan, Desa Trimurti
9	Nyadran Dusun Gendeng	27 April 2019	Desa Bangunjiwo
10	Festival Hadroh	28 April – 1 Mei 2019	Desa Bangunjiwo
11	Pergelaan Kethoprak	30 April 2019	Puron Trimurti
12	Sendratari/Dramatari Sekar Pembayun	26 Januari 2019	Taman Kaliurang
13	Sendratari/Dramatari Sekar Pembayun	02 Maret 2019	Taman Kaliurang
14	Sendratari/Dramatari Sekar Pembayun	06 April 2019	Taman Kaliurang
15	Sendratari/Dramatari Sekar Pembayun	15 Juni 2019	Taman Kaliurang
16	Sendratari/Dramatari Sekar Pembayun	20 Juli 2019	Taman Kaliurang
17	Sendratari/Dramatari Sekar Pembayun	24 Agustus 2019	Taman Kaliurang
18	Sendratari/Dramatari Sekar Pembayun	28 September 2019	Taman Kaliurang
19	Sendratari/Dramatari Sekar Pembayun	02 November 2019	Taman Kaliurang
20	Sendratari/Dramatari Sekar Pembayun	07 Desember 2019	Taman Kaliurang
21	TROMGINE FASHION SHOW	11 April 2019	Auditorium UNY
22	Parangtritis National Surfing Competition	11-12 April 2019	Parangtritis
23	Mesinesia Music Festival “Harmony of Indie”	25 April 2019	Kasih Bantul

24	Mandiri Jogja Marathon 2019	28 April 2019	Taman Candi Prambanan Sleman
25	Intimate Live In Concert Sheila On 7	29 Juni 2019	Taman Budaya Yogyakarta
26	Prambanan Jazz #5 2019	05 -07 Juli 2019	Candi Prambanan
No	Nama Event	Tanggal/Jam	Tempat
1	Festival Dalang Muda Kab. Sleman	1-2 Mei 2019 09.00-selesai	Kabupaten Sleman
2	Wayang Siswa	2 Mei 2019 09.00-selesai	Kecamatan Kalasan
3	Wayang Kulit Pepadi	2 Mei 2019 20.00-selesai	Pendapa Wiyata Praja, Kepatihan
4	Kantong Budaya	3 Mei 2019 09.00-selesai	Desa Tambakrejo
5	Festival Dalang Anak Kabupaten Sleman	3-4 Mei 2019 09.00-selesai	Kabupaten Sleman
6	Festival Langencarita	4 Mei 2019 09.00-selesai	Pendapa Dinas Kebudayaan DIY
7	Macapat Tingkat Kecamatan Kabupaten Sleman	4 Mei 2019 09.00-selesai	Kecamatan Prambanan
8	Wayang Kulit Pepadang	11 Mei 2019 20.00-selesai	Sasono Hinggil
9	Wayang Kulit Sukrokasih	31 Mei 2019	Pendapa Dinas Kebudayaan DIY
10	Road To Keroncong Plesiran	3 Mei 2019 19.00-selesai	Nol Kilometer Yogyakarta (Depan Museum Sonobudaya, Jl. Trikora)
11	Pertunjukan Mural Pesona Cagar Budaya Indonesia	19-20 Mei 2019 15.00-18.00	Nol Kilometer Malioboro Yogyakarta
12	Kemah Budaya Kaum Muda	21-25 Juli 2019	Kawasan Candi Prambanan
13	Pameran Seni Rupa Bakulan Luddy Astaghis	14 Mei 2019 15.30-selesai	Bentaran Budaya Yogyakarta
14	Pameran Seni Rupa Dari Titik Muria	17 Mei-7 Juni 2019 15.00-selesai	Tembi Rumah Budaya
15	Teater Akar Cublek-Cublek Suweng	16 Juni 2019 17.30 – selesai	Taman Budaya Yogyakarta
16	Pagelaran Wayang Kulit "Antareja Lahir" oleh Ki Fari Al Daffa	23 Mei 2019 20.00 – selesai	Pendopo Kyai Panjang Mas ISI Yogyakarta

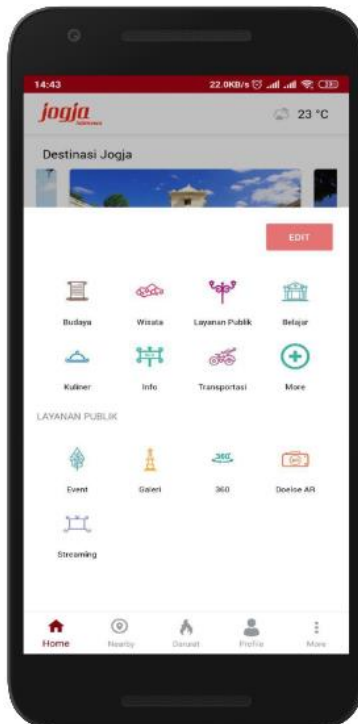
c. Tampilan terbaru menu Aplikasi Jogja Istimewa



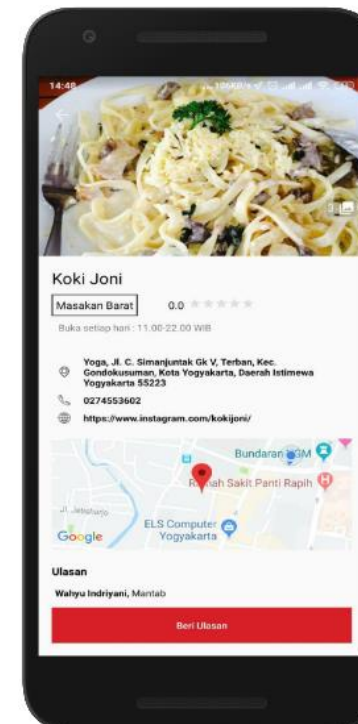
Halaman *Home*



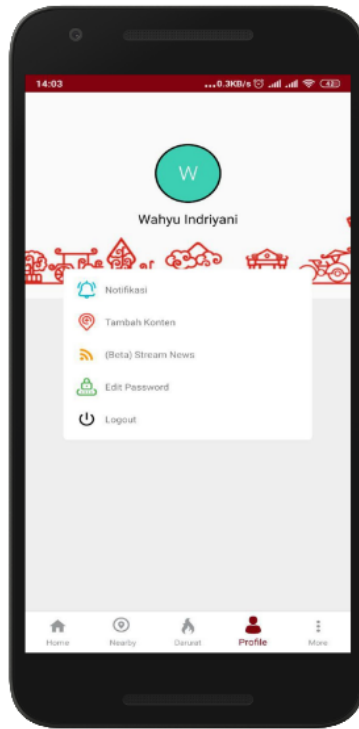
Halaman *Nearby*



Halaman *Personalize*

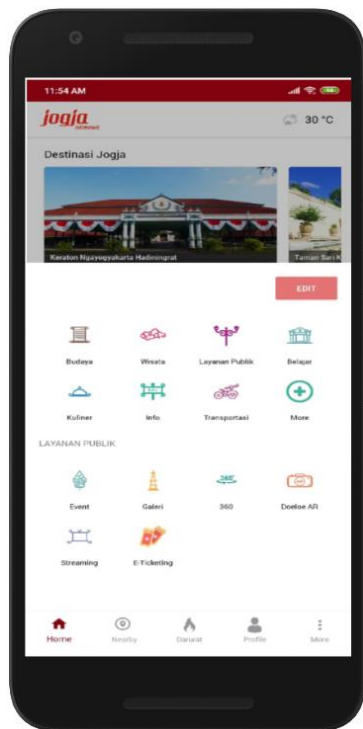


Halaman Deskripsi Konten

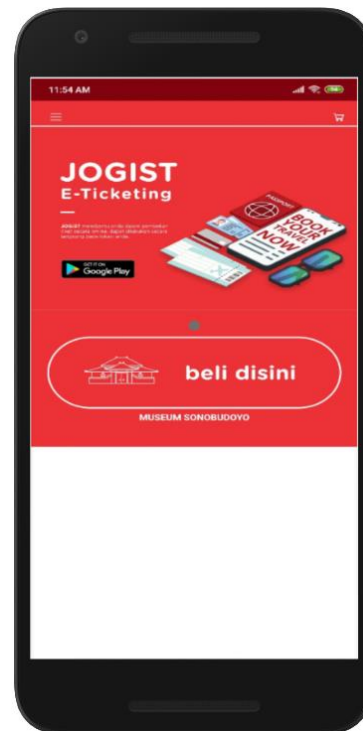


Halaman *Profile*

d. Tampilan Fitur E-Ticketing

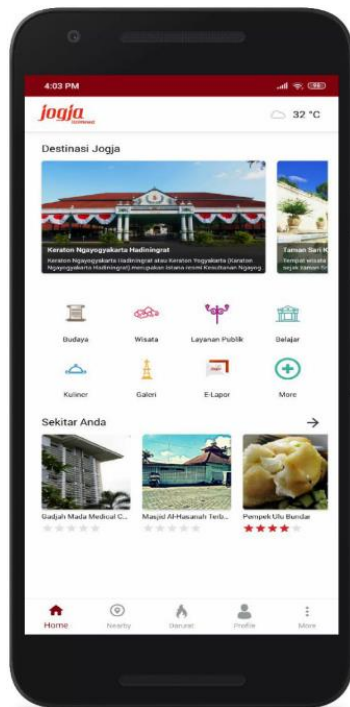


Tampilan Menu E-Ticketing



Tampilan E-Ticketing

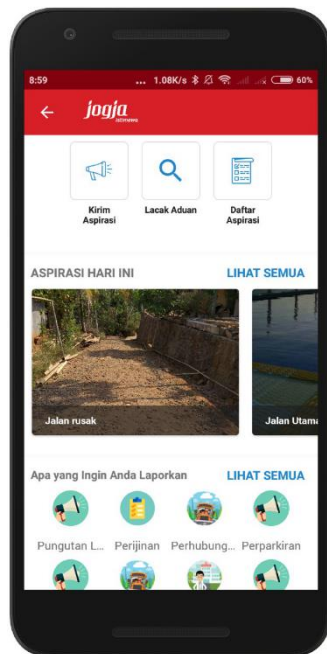
e. Tampilan Fitur E-Lapor



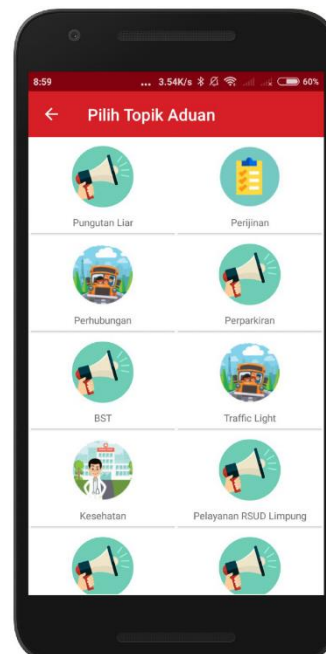
Tampilan Menu E-Lapor



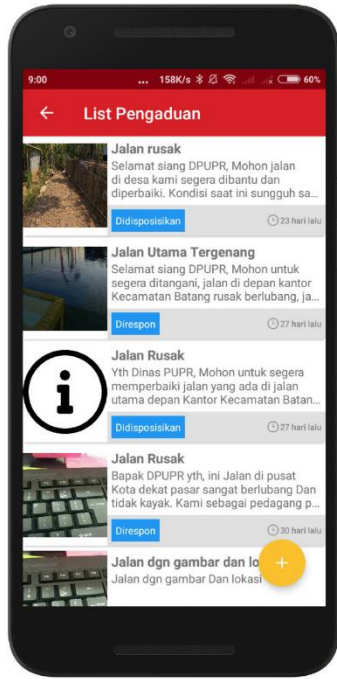
Tampilan E-Lapor



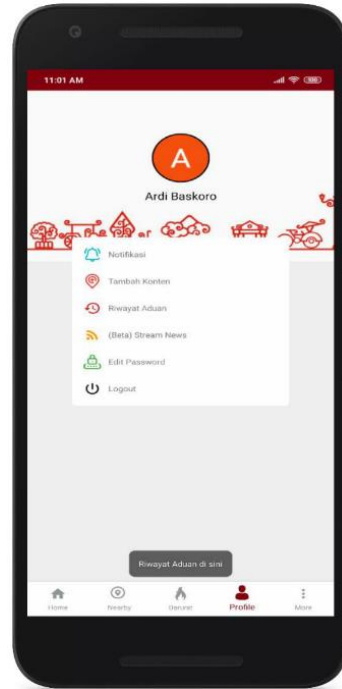
Tampilan Utama



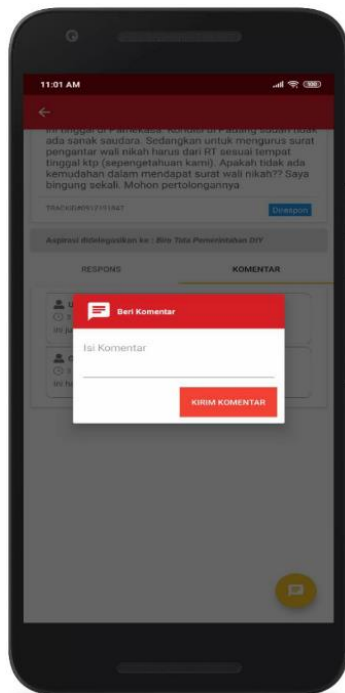
Tampilan Topik Aduan



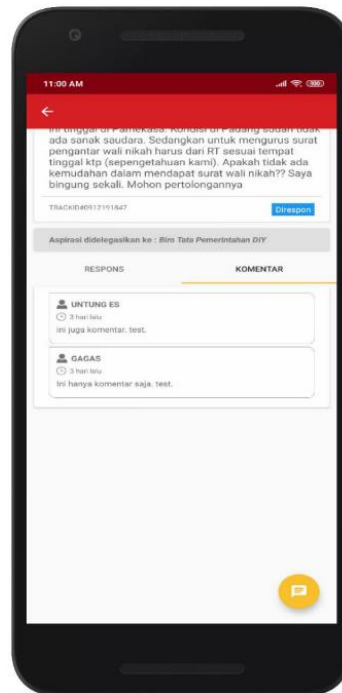
Tampilan *List Pengaduan*



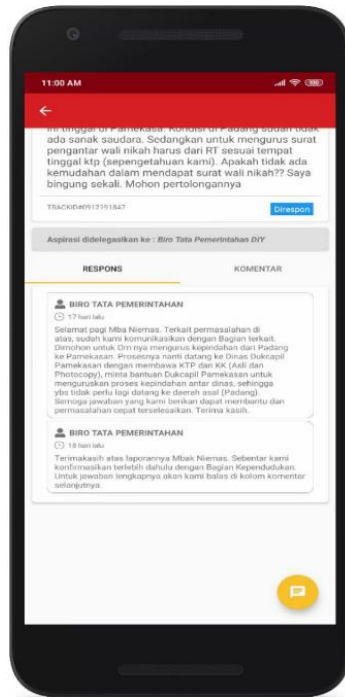
Halaman Riwayat Pengaduan



Halaman Komentar

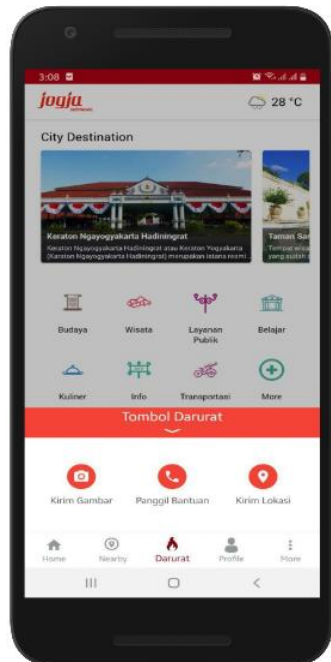


Halaman Komentar

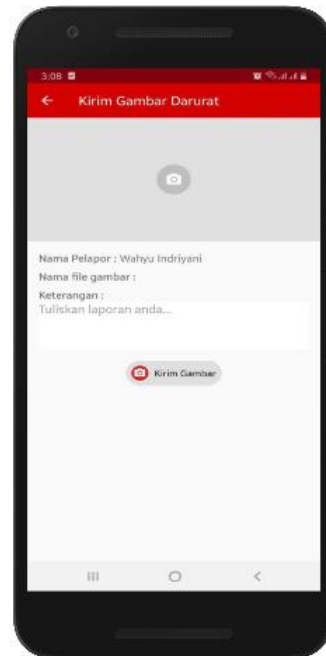


Halaman Respon

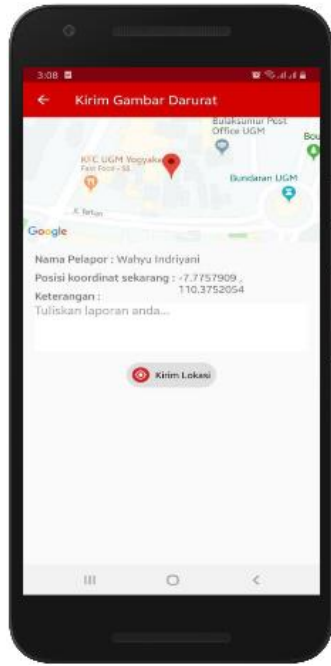
f. Tampilan Fitur Jogja Panic Button



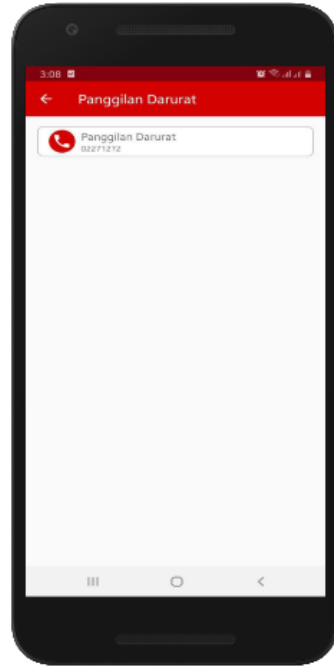
Tampilan Menu *Panic Button*



Tampilan *Panic Button* Kirim Gambar



Tampilan *Panic Button* Kirim Lokasi



Tampilan *Panic Button* Panggilan Darurat

Flyer Aplikasi Jogja Istimewa